

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

JULIANE LIMA RODRIGUES

**TURISMO MILITAR: INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO DO MUSEU DO
EXPEDICIONÁRIO DE CURITIBA, PARANÁ, BRASIL**

CURITIBA

2018

JULIANE LIMA RODRIGUES

**TURISMO MILITAR: INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO DO MUSEU DO
EXPEDICIONÁRIO DE CURITIBA, PARANÁ, BRASIL**

Projeto apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a Dra. Silvana do Rocio de Souza.

CURITIBA

2018

AGRADECIMENTOS

Aos meus amados pais, Liliane e Júlio, pelo o apoio, carinho e amor recebidos em todos esses anos. E ao meu irmão Júlio, que me proporcionou muitos momentos de alegria e descontração.

Aos meus queridos amigos, Fernanda, Narryê, Evelyn, Camilli e Victor, que considero minha família. Obrigada por todas as alegrias e aventuras durante nosso tempo na UFPR.

À minha incrível orientadora, Silvana do Rocio de Souza, por seu apoio e incentivo ao longo desse ano e por guiar minhas ideias com seus conselhos e orientações.

Aos meus amigos do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, em especial à Carla, Maíra e Wellington, que me aconselharam inúmeras vezes em relação a esta pesquisa. Obrigada pelo aprendizado que o estágio com vocês me proporcionou e por todos os momentos divertidos juntos.

À equipe do Museu do Expedicionário de Curitiba, pelo suporte e apoio para o desenvolvimento desta pesquisa.

À Universidade Federal do Paraná, minha segunda casa.

*“Nunca deixe que lhe digam que não
vale a pena acreditar no sonho que se
tem”.*

Mais uma vez – Renato Russo.

RESUMO

Este estudo evidencia o segmento turismo militar no Brasil, demonstrando a potencialidade do país em desenvolvê-lo, especialmente em museus militares, como é o caso do Museu do Expedicionário de Curitiba, que poderia aprimorar a experiência de seus visitantes com uma abordagem mais dinâmica. A abordagem do Museu do Expedicionário de Curitiba é somente contemplativa, limitando o potencial da experiência do visitante. Com o propósito de solucionar o problema quais mídias interpretativas poderiam ser adotadas para aprimorar a experiência do visitante no museu, o projeto proposto foi à elaboração de um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba. A metodologia para o desenvolvimento do trabalho envolveu a utilização da pesquisa bibliográfica com o fichamento de leituras como instrumento de coleta de dados, e a pesquisa de campo, com a entrevista, questionário e roteiro de observação como instrumentos. Dessa forma, percebeu-se com os resultados que a principal característica entre o Museu do Expedicionário de Curitiba e outros dois museus analisados era a abordagem contemplativa. Além disso, a maioria dos visitantes pesquisados indicou a necessidade de renovar a abordagem do museu. Esses dados em conjunto das análises auxiliaram a fundamentar a elaboração do plano interpretativo.

Palavras chaves: Interpretação patrimonial; Turismo Militar; Museu militar; Força Expedicionária Brasileira; Museu do Expedicionário de Curitiba.

ABSTRACT

This study evidences the military tourism segment in Brazil, demonstrating the potential of the country to develop it, especially in military museums, such as the Expeditionary Museum of Curitiba, which could improve the experience of its visitors with a more dynamic approach. The Expeditionary Museum of Curitiba has a contemplative approach that limits the potential of the visitor experience. To solve the problem, what interpretive medias could be used to improve the visitor experience in the museum, the project proposed was the elaboration of an interpretive plan for the Expeditionary Museum of Curitiba. The methodology for the development of the work involved the use of bibliographical research with the readings file as a data collection instrument, and the field research, with the interview, questionnaire and observation script as instruments. Thus, it was noticed with the results that the main characteristic between the Expeditionary Museum of Curitiba and two other museums analyzed was the contemplative approach. In addition, most of the surveyed visitors indicated the need to renew the museum approach. These data together of the analyzes helped to support the elaboration of the interpretive plan.

Key words: Heritage Interpretation; Military Tourism; Military Museum; Brazilian Expeditionary Force; Expeditionary Museum of Curitiba.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – DIFERENTES ATIVIDADES RESULTANTES DA ARTICULAÇÃO DO TURISMO MILITAR.....	38
FIGURA 2 – MUSEU MILITAR DE BRAGANÇA.....	41
FIGURA 3 – IMPERIAL WAR MUSEUM LONDON.....	42
FIGURA 4 – MUSEU HISTÓRICO DO EXÉRCITO E FORTE DE COPACABANA.....	43
FIGURA 5 – MUSEU DOS MILITARES MINEIROS.....	44
FIGURA 6 – MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	46
FIGURA 7 – MUSEU DA PAZ.....	48
FIGURA 8 – MUSEU DA FEB.....	50
FIGURA 9 – PLACAS INFORMATIVAS SOBRE O TEATRO DE OPERAÇÕES NA ITÁLIA NO M1.....	71
FIGURA 10 – FOTOGRAFIAS NO M3.....	72
FIGURA 11 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M1..	73
FIGURA 12 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M2..	74
FIGURA 13 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M3..	74
FIGURA 14 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M1.....	75
FIGURA 15 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M2.....	76
FIGURA 16 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M3.....	76
FIGURA 17 – MÍDIAS PARA O TEMA “MULHERES NA GUERRA”.....	86
FIGURA 18 – MÍDIAS PARA O TEMA “MULHERES NA GUERRA”.....	86
FIGURA 19 - MÍDIA PARA O TEMA “CONHEÇA OS EXPEDICIONÁRIOS PARANAENSES”	87
FIGURA 20 – MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DA FEB”	88
FIGURA 21 – MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DA FEB”	89
FIGURA 22 – MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DE MAX WOLF FILHO”	90
FIGURA 23 – MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DE MAX WOLF FILHO”	90
FIGURA 24 – MÍDIAS PARA O TEMA “O BRASIL NA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL”	91
FIGURA 25 – LOGOMARCA DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	93

FIGURA 26 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE.....	93
FIGURA 27 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE – ABAS.....	94
FIGURA 28 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE – ABAS.....	95

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – RECURSOS NACIONAIS DE CONTEÚDOS MILITARES.....	36
QUADRO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	53
QUADRO 3 – FICHAMENTO DE LEITURAS.....	53
QUADRO 4 – FICHAMENTO DE LEITURAS.....	54
QUADRO 5 – COMENTÁRIOS DAS EXPERIÊNCIAS E PERCEPÇÕES DOS VISITANTES DURANTE A VISITAÇÃO NO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	62
QUADRO 6 – COMPARAÇÃO DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DO ACERVO.....	77
QUADRO 7 – AS ENTIDADES E A DISTRIBUIÇÃO DE RECURSOS.....	83
QUADRO 8 – CRONOGRAMA DA EXECUÇÃO DO PROJETO.....	96
QUADRO 9 – RECURSOS HUMANOS.....	98
QUADRO 10 – RECURSOS FINANCEIROS.....	99

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – PRINCIPAIS MOTIVOS DA VISITA.....	58
GRÁFICO 2 – TIPOS DE ACOMPANHANTES.....	59
GRÁFICO 3 – NÍVEIS DE CONTRIBUIÇÃO DO ACERVO.....	60
GRÁFICO 4 – NOVOS CONHECIMENTOS AGREGADOS PELA VISITA AO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	61
GRÁFICO 5 – AVALIAÇÃO DA INTERATIVIDADE DA EXPERIÊNCIA NO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	63
GRÁFICO 6 – ORIGEM DOS VISITANTES DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO.....	64
GRÁFICO 7 – FAIXA ETÁRIA DOS VISITANTES.....	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAMPAZ	- Associação dos Amigos do Museu da Paz
AGEM	– Agência Metropolitana da Baixada Santista
ANVFEB	– Associação Nacional dos Veteranos da Força Expedicionária Brasileira
CBMMG	– Corpo de Bombeiro Militar de Minas Gerais
DECEX	– Departamento de Educação e Cultura do Exército
DPHCEX	– Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército
FEB	– Força Expedicionária Brasileira
FUNCEB	– Fundação Cultural do Exército Brasileiro
ICOMAM	– Internacional Committee of Museums and Collections of Arms and Military History
ICOM	– Internacional Council of Museums
IPHAN	– Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPT	– Instituto Politécnico de Tomar
IWT	– Imperial War Museums
LEP	– Legião Paranaense do Expedicionário
MASP	– Museu de Arte de São Paulo
MDN	– Ministério da Defesa Nacional
MEXP	– Museu do Expedicionário
MHEX/FC	– Museu Histórico do Exército e Forte de Copacabana
MLP	– Museu da Língua Portuguesa
MMM	– Museu dos Militares Mineiros
MON	– Museu Oscar Niemeyer
PENT	– Plano Estratégico Nacional do Turismo
PMMG	– Polícia Militar de Minas Gerais
PNSM	– Plano Nacional Setorial de Museus
RHLT	– Rota Histórica das Linhas de Torres
SEEC	– Secretaria de Estado da Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 TURISMO CULTURAL E OS MUSEUS: O DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL TURÍSTICO POR MEIO DA INTERPRETAÇÃO PATRIMONIAL.....	15
2.1 UM BREVE HISTÓRICO DOS MUSEUS.....	19
2.2.1 Conceitos e tipologias de museu	22
2.2 A INTERPRETAÇÃO PATRIMONIAL E A UTILIZAÇÃO DA INTERATIVIDADE NOS MUSEUS.....	24
3 A RELAÇÃO DA SOCIEDADE COM AS MEMÓRIAS DA GUERRA E A HISTÓRIA MILITAR	29
3.1 TURISMO MILITAR	33
3.2 MUSEUS MILITARES	39
3.2.1 Museus da Força Expedicionária Brasileira.....	44
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	51
4.1 TIPO DE PESQUISA	51
4.2 TÉCNICAS DE PESQUISA	51
4.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	53
4.4 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	55
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS MUSEUS DA FORÇA EXPEDICIONÁRIA BRASILEIRA.....	57
5.1 ENTREVISTA.....	57
5.2 QUESTIONÁRIO.....	57
5.2.1 Motivações da visita.....	58
5.2.2 A relação dos visitantes com o museu.....	59
5.2.3 Perfil dos visitantes.....	63
5.3 ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO.....	65
5.3.1 Análise do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR).....	65
5.3.2 Análise do Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC).....	67
5.3.3 Análise do Museu da FEB de Petrópolis (RJ).....	68
5.3.4 Comparação da forma de apresentação do acervo.....	70
5.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS MUSEUS DA FORÇA EXPEDICIONÁRIA BRASILEIRA.....	77

6 PLANO INTERPRETATIVO DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO DE CURITIBA (PARANÁ).....	81
6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	81
6.2 ETAPAS DA EXECUÇÃO DO PROJETO.....	95
6.2.1 Descrição das etapas da execução do projeto.....	96
6.2.2 Descrição dos recursos humanos.....	98
6.2.3 Descrição do orçamento.....	99
6.2.4 Avaliação do retorno do investimento.....	100
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102
REFERÊNCIAS.....	104
APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO.....	111
APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	114
ANEXO 1 - MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO NOS MUSEUS DO IPHAN.....	118

1 INTRODUÇÃO

A história é responsável por despertar a curiosidade dos turistas a conhecer novos lugares e vivenciar experiências diferentes de sua realidade. Ela motiva o desenvolvimento de novos segmentos e atrativos turísticos, possibilitando a valorização e a preservação de momentos importantes para a sociedade. Percebendo o potencial turístico de patrimônios como castelos, fortificações e demais unidades militares assim como da própria história militar, Portugal idealizou o segmento turismo militar. Em desenvolvimento e expansão pelo país, tem sido visto como uma possibilidade de crescimento socioeconômico e dinamização turística.

Assim como Portugal desenvolveu o segmento turismo militar com objetivo de valorizar seu patrimônio nacional e militar, identifica-se no Brasil potencial para desenvolvê-lo. Com variado patrimônio, que abrange fortes, fortalezas e museus militares, esses espaços poderiam ser transformados em atrativos turísticos possibilitando ao público aprender sobre episódios desconhecidos da história do próprio país. Por essa razão, vislumbra-se a possibilidade de realizar uma aproximação do segmento turismo militar de Portugal no Brasil.

Entre os espaços de caráter militar com potencial de uso turístico, destacam-se os museus militares, pois estes conseguem atrair um número considerável de visitantes, tornando-se estratégicos para a criação de produtos no turismo militar (COELHO, 2011). O Museu do Expedicionário (MEXP), localizado em Curitiba, é um museu militar que aborda a história da Força Expedicionária Brasileira (FEB) e a participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial. As memórias dos soldados paranaenses estão preservadas no museu, possibilitando que as gerações que não vivenciaram o período da guerra conheçam a realidade dos campos de batalhas e das histórias nelas vividas.

Em funcionamento desde 1981, a criação do Museu do Expedicionário foi uma ação pioneira para preservar, valorizar e perpetuar a história do Brasil na guerra. O grande e diverso acervo do museu é resultado da intensa atuação dos ex-combatentes e seus familiares na arrecadação de doações. Com o passar dos anos, o acervo adquiriu importância histórica reunindo 25.000 itens (OLIVEIRA, 2011).

A atuação da Força Expedicionária Brasileira na Itália durante a Segunda Guerra Mundial é lembrada até hoje pela população italiana com diversas comemorações (BRASIL, 2017). Entretanto, no Brasil, algumas pessoas pensam a Segunda Guerra Mundial como um acontecimento sem relação com a história do país, por ter ocorrido em outro continente há setenta e três anos. O Brasil enviou vinte e cinco mil soldados de diferentes regiões, sendo dois mil somente do Paraná, tornando-se o único país latino-americano a auxiliar a Itália enviando tropas (BOLETIM INFORMATIVO DA CASA ROMÁRIO MARTINS, 1995).

Dessa forma, a escolha do Museu do Expedicionário de Curitiba como objeto de estudo da pesquisa, deve-se primeiramente pelo museu ser o mais antigo que rememora a história da Força Expedicionária Brasileira. Além disso, o acervo do museu proporciona grande admiração por apresentar as perspectivas de soldados paranaenses que lutaram em um dos maiores conflitos mundiais. Por último, existe uma notável curiosidade pela história da Segunda Guerra Mundial, devido à importância que o conflito tem em nossa sociedade.

Apesar do relevante e diversificado acervo, o Museu do Expedicionário possui uma abordagem contemplativa para apresentá-lo, limitando o potencial da experiência do visitante no museu. São utilizadas mídias interpretativas e recursos “estáticos” que não permitem a interação do visitante de forma dinâmica com a história e memórias preservadas pelo acervo. Com isso, este projeto apresenta o seguinte problema: Quais mídias interpretativas poderiam ser adotadas para aprimorar a experiência do visitante no museu?

Dessa forma, foram desenvolvidas duas hipóteses sobre a relação do Museu do Expedicionário com as mídias interpretativas utilizadas e como estas influenciam a experiência e a perspectiva do visitante sobre o patrimônio exposto.

- H1: A experiência do visitante em museus militares é limitada devido à utilização de mídias interpretativas contemplativas.
- H2: Se os museus militares tivessem mídias interpretativas mais dinâmicas o visitante teria uma experiência mais significativa.

Considera-se que por meio de formas alternativas de exposição proporcionadas pela interpretação patrimonial, o Museu do Expedicionário poderia dispor de novas maneiras do visitante interagir com a história e com a realidade vivida pelos soldados durante a Segunda Guerra. A interpretação é uma importante ferramenta para desenvolver a identificação do visitante com o patrimônio (COSTA, 2009, p.119).

Sendo assim, o objetivo geral é propor um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) para tornar a experiência do visitante mais dinâmica, tendo os seguintes objetivos específicos:

- a) Discorrer sobre a utilização da interpretação patrimonial como elemento para aprimorar a experiência de visitantes em museus;
- b) Dissertar sobre a relação da sociedade com as memórias da guerra e a História Militar;
- c) Caracterizar as motivações e percepções dos visitantes do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), para compreender sua relação com o acervo,
- d) Elaborar um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba.

Com esse contexto apresentado, os dois capítulos a seguir auxiliarão no desenvolvimento da pesquisa. O primeiro capítulo tem como temas o histórico dos museus, seus conceitos e tipologias, a interpretação patrimonial e a utilização da interatividade nos museus. Já o segundo capítulo aborda a relação da sociedade com as memórias da guerra, explorando temáticas como a história e conceitos do turismo militar e exemplos de museus militares no mundo e no Brasil. No decorrer da pesquisa, serão discutidos os procedimentos metodológicos, a apresentação e análise dos resultados e por fim o projeto.

2.1 TURISMO CULTURAL E OS MUSEUS: O DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL TURÍSTICO POR MEIO DA INTERPRETAÇÃO PATRIMONIAL

As viagens motivadas pelo interesse cultural são realizadas anteriormente à própria definição do conceito de turismo cultural. No século XVII, essas viagens denominadas *Grand Tour* eram planejadas para que os jovens da aristocracia europeia pudessem aprender novos idiomas e costumes de outros povos, além de comprar obras de arte e visitar monumentos históricos (FUNARI; PINSKY, 2001). Com caráter educativo, essas viagens possibilitaram aos viajantes vivenciar integralmente a cultura dos países visitados. De acordo com Salgueiro (2002, p. 291) estas foram as “primeiras viagens registradas pela historiografia da prática social de viajar por puro prazer e por amor à cultura”.

Inicialmente usufruídas pelas classes abastadas da sociedade, essas viagens com interesse cultural, no século XVIII, começaram a integrar a rotina das demais classes. Como menciona Salgueiro (2002, p. 292) “alguns faziam uma viagem mais curta e menos custosa, e nem todos iam até a Itália, optando por viajar até Paris e aos Países Baixos”. De acordo com as condições financeiras dos viajantes, o *Grand Tour* foi adaptado, para que todos os interessados pela cultura pudessem viajar e desfrutar de uma experiência singular. Atualmente, o processo de globalização é o responsável por influenciar o crescente “[...] interesse das pessoas em seu passado histórico, em outras culturas, nas origens da humanidade ou nas formas de vida na Terra há milhões de anos” (DIAS, 2006, p.36).

Com a realização de estudos e pesquisas, foram construídas diversas definições para conceituar turismo cultural. Para Goulart e Santos (1998, p. 19) o turismo cultural é entendido como “um fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre os indivíduos e seus grupos sociais, sejam de uma mesma cultura, ou de culturas diferentes”. Esse conceito refere-se às experiências proporcionadas pelo turismo cultural, como a interação e as trocas culturais, sendo muitas vezes essa a principal motivação dos viajantes. O Ministério do Turismo (2010, p.13) define turismo cultural como aquele que “compreende as atividades turísticas relacionadas

à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural [...], valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.

Entretanto Barretto denomina turismo cultural como turismo com base no legado cultural. Para esta autora os recursos apropriados pelo segmento “podem ser bens tombados ou não, desde que apresentem características consideradas relevantes para a história e a cultura da localidade” (BARRETTO, 2000, p. 29). Neste conceito, menciona-se o tombamento, uma das principais práticas para a preservação e conseqüentemente valorização dos patrimônios.

Sobre o turista cultural, Smith (2003, apud MARUJO, 2014) estabeleceu algumas características em relação aos seus interesses, motivações e expectativas durante a viagem. Primeiramente, este tipo de turista procura ativamente a diferença, a autenticidade nas experiências culturais e uma interação profunda com os destinos e seus habitantes. Além disso, costuma idealizar suas expectativas em relação aos lugares e as pessoas, e é interessado em experiências reais, dessa forma, desvaloriza encenações e representações.

Outra autora que aborda a relação dos turistas culturais e suas motivações é Jansen-Verbeke (1997, apud MARUJO 2014), ao desenvolver três tipos:

- 1) Turista de motivação cultural: É aquele turista que seleciona intencionalmente o destino devido suas características culturais, pois está motivado a conhecer a cultura;
- 2) Turista de inspiração cultural: É aquele turista atraído pelas manifestações culturais específicas do destino,
- 3) Turista atraído pela cultura: É aquele que não escolhe o destino baseado em sua oferta cultural. Entretanto, usufruiu das atividades e atrativos disponíveis.

O turismo cultural possibilita que as pessoas conheçam e interajam com a história e a cultura de outros povos ou reconectem-se com a própria. Proporciona experiências que ampliam horizontes e perspectivas sobre o mundo, une os mais diferentes povos por meio das trocas culturais e valoriza os monumentos e demais edificações assim como os costumes. Dessa forma, percebe-se, segundo Marujo (2014, p.6), que “a motivação do turismo cultural é multidimensional e, por isso, o turista cultural não procura uma única experiência na sua viagem”. O turismo cultural

relaciona-se com a identidade das sociedades e as diversidades culturais, assim, a motivação do turista é a procura por conhecimento e a satisfação da curiosidade sobre os patrimônios (MARUJO, 2014, p.5). Juntamente com a aquisição de conhecimentos, o segmento proporciona momentos de lazer e bem estar (GOULART; SANTOS, 1998).

Além do seu caráter educativo e recreativo, o turismo cultural apresenta-se para os destinos como uma opção que possibilita “a obtenção de fundos necessários à preservação da herança cultural e como uma ferramenta para proporcionar o desenvolvimento econômico local, regional e até mesmo nacional” (DIAS, 2006, p.36). Entretanto, para que o turismo cultural mostre-se como uma oportunidade de crescimento econômico, a comunidade precisa valorizar e identificar-se com seus patrimônios, compreendendo sua importância histórico-cultural para cidade, e percebendo assim seu potencial para o turismo (PERINOTTO; SANTOS, 2011).

O turismo cultural é entendido como uma oportunidade de desenvolvimento de novas atividades e segmentos atraídos por motivações culturais (BATISTA, 2005). Como expõe Pérez (2011, p. 111) “o turismo instrumentaliza a cultura como um recurso que posteriormente converte num produto mercantil e esta mercantilização da cultura pelo turismo pode ter impactos positivos ou negativos”. Por essa razão, o planejamento da atividade turística torna-se uma ação fundamental para o desenvolvimento econômico e a preservação do patrimônio. O turismo deve ser considerado como uma ferramenta para a valorização da história e cultura local, sendo assim seu dever é criar mecanismos para resguardar esses elementos de ações que os modifiquem, evitando a perda de características que os tornam únicos. Os mecanismos utilizados podem ser a “elaboração de roteiros, serviços e produtos que enalteçam a vivência dos turistas no destino, além de enfatizar o protagonismo da comunidade em áreas de interesse turístico” (CARVALHO, 2011, p. 162).

Como mencionado à cultura é utilizada como recurso turístico que motiva viajantes a conhecer lugares e a vivenciar experiências distintas de sua realidade. A riqueza histórico-cultural do local influencia na construção de interesses específicos. Dessa forma, são desenvolvidos segmentos turísticos baseados na demanda ou na

oferta. O Ministério do Turismo (2010) definiu alguns segmentos derivados do turismo cultural considerando a rica diversidade cultural brasileira:

- Turismo Cívico: Motivado pelo conhecimento de monumentos ou a participação em eventos cívicos, que representem a situação presente ou da memória política e histórica de determinados locais;
- Turismo Religioso: Interesse na busca espiritual e na prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas;
- Turismo Místico e Esotérico: Motivado pela busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos;
- Turismo Étnico: Motivado pelo contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos;
- Turismo Cinematográfico: Interesse em visitar locais ou atrações que apareceram no cinema ou na TV;
- Turismo Arqueológico: Motivado pelo conhecimento de aspectos de culturas passadas e a locais com vestígios do processo evolutivo do homem no planeta;
- Turismo Gastronômico: Interesse em conhecer as práticas gastronômicas de uma determinada localidade;
- Enoturismo: Motivado pelo conhecimento do processo de produção dos vinhos através da realização de visitas a vinhedos e vinícolas e da degustação;
- Turismo Ferroviário: A viagem é motivada pela utilização de trens ou por “passeios sobre trilhos”.

Entre os segmentos apresentados anteriormente, o turismo militar aproxima-se do turismo cívico, pois ambos tornam monumentos e memórias importantes para a história e identidade nacional em atrativos ou produtos turísticos. Cada segmento atrai demandas específicas interessadas nos mais diversos elementos histórico-culturais de uma localidade. Como menciona Marujo (2014, p. 6) o turismo cultural “movimenta-se à procura de ícones que, de certa forma, caracterizam a identidade local/regional e a memória coletiva”. A história e a cultura manifestadas em diversas formas tornam-se atrativos turísticos capazes de motivar o deslocamento de milhares de pessoas e atrair a curiosidade de novas gerações. Os museus são

exemplos de atrativos turísticos responsáveis por preservar e divulgar a história e a cultura de uma localidade, como será explanado a seguir.

2.1 UM BREVE HISTÓRICO DOS MUSEUS

Os museus são responsáveis por preservar parte importante da história e memória da sociedade, além de serem espaços de conhecimento, entretenimento e lazer. Entretanto, esse entendimento atual sobre os museus é resultado das mudanças de suas funções e também do relacionamento da sociedade com esses espaços. O processo de formação dos museus sucedeu-se ao longo dos séculos, com início na Grécia Antiga.

A palavra museu tem origem no termo grego *Mouseion*, que “denomina o templo das nove musas, ligadas a diferentes ramos das artes e das ciências, filhas de Zeus com Mnemosine, divindade da memória” (JULIÃO, 2006, p. 20). Na Grécia Antiga, os museus eram espaços para agradar as divindades expondo obras de arte, que ocasionalmente eram contempladas pelos homens. Tratava-se de locais para o estudo das ciências e das artes (SUANO, 1986).

Alguns séculos a seguir, na Idade Média, a aristocracia e a Igreja eram as principais detentoras de coleções de objetos raros e tesouros. Porém, entre os séculos XVI e XVIII, surgem os Gabinetes de Curiosidades ou Câmaras das Maravilhas, organizados por humanistas, artistas, cientistas e ricos burgueses, assim compartilhando o hábito do colecionismo com novos grupos sociais (RAFFAINI, 1993). Essas coleções eram constituídas por uma incrível variedade de objetos de diversos períodos históricos e locais do mundo. Com menciona Suano (1986, p. 21) “havia também riquíssimas coleções formadas por estudiosos da natureza quer por seu próprio deleite quer para serem usadas em suas aulas nas universidades europeias”. A formação de coleções demonstra o interesse da humanidade em reunir exemplares de diversas culturas e partes do mundo em somente um lugar.

Os museus modernos foram influenciados pelas diversas coleções formadas entre os séculos XVI e XVIII. Conforme a Enciclopédia Itaú Cultural (2018), a origem dos primeiros museus “coincide com doações e compras de coleções particulares pelo Estado, ou se relaciona de perto com a nacionalização das antigas

propriedades reais, nobiliárias ou eclesiásticas”. Foi no continente europeu, cenário de diversos movimentos socioculturais, que o primeiro museu público surgiu em 1683. O Ashmolean Museum originou-se através da coleção de John Tradescian doada a Elias Ashmole, para que este criasse um museu na Universidade de Oxford, Inglaterra. (SUANO, 1986).

Em Londres, o British Museum criado em 1753, também surgiu a partir da doação de uma grande coleção particular que ao longo dos anos teve seu acervo aumentado. Entretanto, a visitação ao museu era controlada através de ingressos. Conforme Suano (1986, p. 30) “o ingresso, porém, se fazia mediante o pagamento, aliás, bastante alto, de bilhete que deveria ser adquirido com antecedência de pelo menos duas semanas”.

Na França, a criação dos museus fez parte de uma das diversas modificações ocasionadas pela Revolução Francesa. No processo de destituir o Antigo Regime, os bens do clero e da Coroa foram transformados em bens do povo. Em busca de preservar o patrimônio nacionalizado, definiu-se que os “bens móveis deveriam ser transferidos para depósitos abertos ao público. A intenção era instruir a nação, difundir o civismo e a história [...]” (JULIÃO, 2006, p. 21). Em 1793, surge o Museu do Louvre, permitindo total acesso do público ao seu acervo.

Em 1818, no Brasil, D. João VI cria o primeiro museu de história natural do país, o Museu Imperial (com a República torna-se Museu Nacional). Seu acervo foi constituído por meio de doações de objetos de pessoas ricas e influentes da época, com a intenção que o público admirasse seus tesouros. Além da exposição de riquezas nacionais, o museu possuía objetos de interesse mundial como múmias e fósseis de diversas partes do mundo. A criação do museu também visava à propagação de conhecimentos das ciências naturais no Brasil (SANTOS; 2002).

Ao longo do século XIX, diversos museus começaram a surgir no Brasil com destaque para o Museu Paraense Emílio Goeldi (1866) e o Museu Paulista (1895). Esses dois museus e o Museu Nacional, de acordo com Julião (2006, p. 22) “exerceram o importante papel de preservar as riquezas locais e regionais, agregando a produção intelectual e a prática das chamadas ciências naturais, no Brasil, em fins do século XIX”. A formação dos museus brasileiros foi diretamente influenciada pelos museus europeus. Entretanto, na Europa, alguns museus foram

criados com a intenção de serem abertos ao público. No Brasil, os museus de história natural, possuíam caráter mais acadêmico voltado para a pesquisa do que ao acesso do público em geral (SANTOS; 2000).

No início do século XX, especificamente em 1922, Gustavo Barroso, cria o Museu Histórico Nacional estabelecendo um marco nos museus nacionais no Brasil. Segundo Santos (2002, p. 56) “o acervo deixava de ser constituído por elementos da natureza e passava a ser de objetos que representassem a história da nação”. Como complementa a autora “esta, entretanto, privilegiou o legado da elite brasileira, assim como seus feitos históricos, mantendo a parte a participação popular” (SANTOS, 2002, p. 56). Essa narrativa foi sendo substituída, valorizando as figuras populares ao invés dos heróis nacionais.

Portanto, no século XX, diversas transformações ocorreram na relação entre o Estado e a sociedade com os museus. Com a criação de órgãos como o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), os museus foram reestruturados e a preservação do patrimônio histórico brasileiro recebeu mais amparo. Já a democratização do acesso à cultura, permitiu à população conhecer esses espaços que concentram tantas memórias e informações sobre a própria história do país e do mundo. Apesar da importância desses e outros acontecimentos para a museologia brasileira, este assunto não será aprofundado neste marco teórico.

A visita a um museu é um momento de aprendizagem e lazer. Enquanto o visitante usufruiu seu tempo livre, também adquire ou complementa conhecimentos. Em diversos países da Europa e da América Latina, visitar museus faz parte da rotina das pessoas, tornando-se um hábito e até uma tradição (NASCIMENTO; OSAWA; MAEDA, 2009). Para os turistas, os museus são vistos como “paradas obrigatórias” de visitas. Em Paris, o Louvre é um dos principais atrativos turísticos visitados. De acordo com informações do Museu do Louvre (2012, tradução nossa) “dos quase dez milhões de pessoas que visitaram o Louvre em 2012, 69% eram de origem estrangeira, sendo 15% dos Estados Unidos da América, 7% da China e 6% do Brasil¹”. Assim ocorre com o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e o Museu

¹ Of the nearly ten million people who visited the Louvre in 2012, 69 percent were of overseas origin, with 15 percent from the United States of America, 7 percent from China, and 6 percent from Brazil. (Musée du Louvre, 2012).

Oscar Niemeyer (MON) em Curitiba. Esses museus tornaram-se interessante aos turistas devido a sua arquitetura e a diversidade de exposições apresentadas.

Os museus brasileiros são “potenciais indutores de visitas a várias cidades” (BRASIL, 2013, p. 47). Segundo as diretrizes do Plano Nacional Setorial de Museus (PNSM) é necessária a “ampliação de parcerias entre os museus e o setor turístico, de modo a propiciar a inclusão, o respeito e a valorização da diversidade cultural, a partir da participação dos museus na cadeia produtiva do turismo” (IBRAM, 2010, p. 74). Os museus que intencionam atrair um número maior de turistas devem buscar parcerias, por exemplo, com os prestadores de serviços turísticos. Estes possuem contato direto com os turistas e pode auxiliar na promoção do museu como atrativo e produto turístico (BRASIL, 2013).

A realização de parcerias é essencial para o envolvimento dos museus na atividade turística. Entretanto, os museus necessitam compreender quais são as necessidades e motivações dos visitantes. (BRASIL, 2013). É fundamental o planejamento das atividades que serão ofertadas ao visitante e como será a experiência deste com o acervo e com os espaços do museu. Essa preocupação tem tornado-se constante nos últimos anos, pois segundo Gosling et al (2016, p. 108) os museus “[...] buscam entender o que os visitantes desejam obter e quais os tipos de experiência devem ser ofertados para se garantir a satisfação do público”.

2.1.1 Conceitos e tipologias de museu

Percebe-se que os museus são essenciais para difusão e preservação de conhecimentos de diversos períodos da humanidade. Dessa forma, o museu é definido pelo *International Council of Museums* (ICOM) (2007) como toda:

Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade (ICOM, 2007).

Segundo a Lei nº 11.904, de 14 de Janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, os museus são:

[...] as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (BRASIL, 2009).

Ambos os conceitos apresentados, definem os museus como instituições sem fins lucrativos, devido ao objetivo desses espaços de permitir o acesso ao conhecimento e ao lazer. A educação e o lazer são direitos básicos do cidadão, que garantem seu bem estar na sociedade.

A definição apresentada na Lei nº 11.904 indica que os testemunhos materiais podem ser de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer natureza cultural. Cada objeto exposto em um museu terá um tratamento diferenciado conforme seu tipo. Desta maneira, existem diversas tipologias de museus que reúnem objetos semelhantes em relação ao tema, época ou características. Sobre isso, Oliveira (2014) discorre a cerca de três principais tipos de museus: Museu tradicional, Museu de Território e Museu Virtual.

O Museu Tradicional é o tipo de museu mais comum. Suas características são o horário de visita e seu acervo composto por diferentes tipos de objetos do mundo. Este modelo subdivide-se em outros três tipos sendo:

- **Museu Ortodoxo:** Este possui espaços bem delimitados e a exposição segue um roteiro definido;
- **Museu exploratório:** Este permite que o visitante interaja com o acervo exposto. Seus espaços não são rigorosamente delimitados e a participação do visitante é essencial para a compreensão do que é exposto.
- **Museu de coleções vivas:** Seu acervo é composto por espécimes vivos desde plantas a animais.

Os Museus de Território são aqueles associados à tradição e identidade envolvendo com aspectos históricos, arqueológicos, etnográficos e naturais do local ou região (OLIVEIRA, 2014). Possui quatro subdivisões:

- **Cidades monumentos:** Neste caso, compreende tanto a arquitetura dos prédios como os hábitos e práticas sociais;
- **Museu comunitário:** Está ligado a afirmação da identidade de uma comunidade preservando costumes e histórias;
- **Ecomuseus:** Preocupam-se com os processos naturais e culturais;
- **Parques Naturais e outros sítios naturais musealizados:** Estes se relacionam com a conservação e proteção dos recursos naturais das regiões do país.

Percebe-se com o passar dos anos, que diversas tipologias de museus foram desenvolvidas para adequar-se a temática e aos objetos expostos nestes espaços atraindo públicos variados. A seguir, serão abordados conceitos de interpretação patrimonial e interatividade, que auxiliarão a compreender as mudanças que esses espaços culturais sofreram nos últimos anos.

2.2 A INTERPRETAÇÃO PATRIMONIAL E A UTILIZAÇÃO DA INTERATIVIDADE NOS MUSEUS

A interpretação patrimonial é um importante instrumento para aprimorar a relação do visitante com o patrimônio visitado. Segundo Morales (2005, p.1) ela é entendida “como a arte de revelar o significado e a importância do legado histórico e natural para o visitante”. Murta e Goodey (2002, p.13) complementam esse entendimento ao mencionarem que interpretar o patrimônio “é o processo de acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história e as características culturais e ambientais de um lugar”.

Percebe-se, de modo geral, que a função da interpretação patrimonial é comunicar ao visitante novas informações e promover novos significados enquanto desfruta seu tempo livre. Costa (2009, p.116) fundamentada pelos princípios de Tilden (1957), entende que uma visita é significativa ao visitante, quando “aquilo que o interessa está intimamente relacionado à suas experiências ou conhecimentos anteriores”. Dessa forma, a interpretação é uma importante ferramenta para

desenvolver a identificação do visitante com o patrimônio, sendo necessário ser planejada como um enredo que informe, entretenha e ensine (COSTA, 2009, p.119).

Para que isso ocorra, o planejamento interpretativo é imprescindível para impactar positivamente na experiência do visitante e atingir os objetivos pretendidos com a interpretação. Conforme Morales (2005, p.2) o planejamento interpretativo “[...] analisa diversas necessidades e oportunidades para à interpretação e apresentação do patrimônio, propondo soluções racionais e viáveis²”. Rudzewicz, Lanzer e Schafe (2010) dissertam que o planejamento é um importante instrumento de valorização do patrimônio, nas suas dimensões natural e cultural, material ou imaterial.

O plano interpretativo é a principal ferramenta para o planejamento interpretativo, que visa “estabelecer no espaço uma rede de descobertas, [...] ampliando as possibilidades de desenvolvimento de projetos turísticos e culturais” (MURTA, GOODEY, 2002, p.20). É importante destacar a importância de conhecer profundamente o objeto da interpretação e seu público-alvo por isso, Murta e Goodey (2002), definem três etapas para a organização do plano interpretativo.

A primeira etapa preocupa-se com o inventário e registro de recursos, temas e mercados. Entendem-se como recursos os culturais, ambientais, técnicos e financeiros. Além disso, é necessária a integração de diversos setores da administração pública, profissionais de várias áreas e possíveis patrocinadores. Em relação aos temas, o inventário auxilia na identificação de elementos importantes sobre o lugar. Já o entendimento sobre o público-alvo permite estruturar um plano interpretativo adequado à idade, nível educacional e interesses dos visitantes (MURTA, GOODEY, 2002).

A segunda etapa envolve o desenho e montagem do plano, ou seja, a escolha dos meios e técnicas. Conforme Costa (2009), as mídias interpretativas são definidas em mídias pessoais (palestras, fantoches, história viva, passeios orientados) e mídias impessoais (placas, painéis, letreiros; exposições; reconstruções; trilhas; roteiros), sendo que ambas maximizam o potencial educativo

² La planificación interpretativa es un proceso de complejidad variable que analiza diversas necesidades y oportunidades para la interpretación y presentación del patrimonio, proponiendo soluciones racionales y viables.

da interpretação. Para auxiliar esse processo de escolha três questões devem ser analisadas: o que queremos que saibam; o que queremos que sintam e o que queremos que façam.

A terceira e última etapa, gestão e promoção, é importante para garantir a manutenção dos espaços e a divulgação destes em diversos meios de comunicação (MURTA, GOODEY, 2002). Com a realização dessas etapas é possível estruturar um plano interpretativo que atenda tanto as necessidades do espaço quanto do visitante.

Percebe-se, com base em Cabado e Marco (2001), que a interpretação está evoluindo para um sentido mais amplo e integrador, tornando-se um instrumento para dinamizar lugares históricos. Murta e Albano (2002) relatam o poder da interpretação em agregar valor ao produto turístico, pois a valorização desses patrimônios diversificam os produtos e abrem espaço para novos e diferentes nichos turísticos. Essa capacidade de dinamização é essencial para reinventar a linguagem e apresentação do acervo, tornando-o mais moderno e atrativo. As formas de interpretação devem ser renovadas devido aos novos temas, novas narrativas e principalmente as novas gerações que surgem com diferentes necessidades e demandas (BIESEK, 2004). Com os impactos proporcionados pela sociedade globalizada, as formas de interação com o patrimônio precisam provocar o visitante e estimular novas formas de olhar e apreciar (MURTA; ALBANO, 2002).

Nas últimas décadas, a tecnologia incorporou-se profundamente no cotidiano da sociedade sendo empregada em novos espaços como os museus. Devido à busca pelo acesso rápido a informação, uma característica marcante da atualidade, “percebe-se que os museus começam a adequar suas ações comunicacionais, com o intuito de ampliar o número de visitantes, de forma a atingir públicos variados, com necessidades diversas” (PADILHA, CAFÉ, SILVA; 2014; p. 80).

Com as inovações tecnológicas e o maior acesso a educação, as necessidades e interesses dos visitantes de museus se modificaram. Dessa forma, a interatividade é vista como um elemento significativo para diversificar as percepções do visitante sobre os conhecimentos apresentados no espaço (PADILHA, CAFÉ, SILVA, 2014). Os museus estão passando por um processo de atualização da

linguagem utilizada para apresentar seus acervos. É cada vez mais comum o uso de aplicativos em celulares e *tablets* para divulgar vídeos, fotos, documentários e até jogos referentes aos conteúdos e objetos dos acervos (MENEZES, 2011).

A interatividade é entendida por Steuer (1992, p.11) como "a extensão em que os usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real³". Ou seja, a interatividade permite ao visitante a interação com os objetos e participação em atividades. Dessa forma, um museu interativo, para Menezes (2011, p. 26) "seria justamente aquele que na disposição do seu acervo convida e necessita da interação do público para a transmissão de sua mensagem". Os museus interativos utilizam recursos que possibilitam desenvolver sentidos e percepções enriquecendo a experiência do visitante.

A abordagem dos museus interativos coloca o visitante "no centro do movimento de construção do conhecimento, numa perspectiva que desmitificava o seu papel de lugar onde se guardam coisas velhas" (RAMOS, 2013, p. 21). O visitante constrói o conhecimento por meio do acervo, criando suas próprias impressões, invés do acervo dispor os conhecimentos prontos ao visitante. Para Rocha (2009) orientações como "não tocar, não rir e não correr", relativas ao comportamento dos visitantes em museus, refere-se a uma abordagem contemplativa enquanto os museus interativos proporcionam à participação mais ativa do público, que interage com o acervo.

Contudo, Menezes (2011) comenta que os recursos tecnológicos nos museus devem auxiliar na transmissão do conteúdo, e não serem vistos e utilizados como brinquedos. A interatividade deve proporcionar ao visitante a aquisição de novos conhecimentos ou o complemento dos existentes. Como mencionado anteriormente, a interatividade é um instrumento para comunicar a mensagem do acervo de uma maneira que o visitante participe desse processo de construção. O uso excessivo de recursos tecnológicos nos museus acaba por valorizar o dispositivo invés do conteúdo, e dessa forma, segundo Israel (2011, p.9) "a tecnologia ao ser usada como fim e não como meio, realça o seu caráter mercadológico de objeto de desejo, de consumo, de *gadgets* [...]".

³ Interactivity, refers to the degree to which users of a medium can influence the form or content of the mediated environment (STEUER, 1992, p.11).

Os museus interativos devem utilizar os recursos tecnológicos como um instrumento de aproximação do público com o acervo, porém “a falta de domínio e prática dos visitantes para operar algumas ferramentas tecnológicas, pode contribuir para um aumento da desigualdade entre classes” (ISRAEL, 2011, p. 11). Por isso, o uso do lúdico associado à tecnologia, auxilia a tornar acessível o acervo a diversos públicos. Com o lúdico o processo de repassar informações e construir conhecimentos ocorre por meio de brincadeiras e jogos.

Os museus interativos são reflexos das mudanças do século XXI. A sociedade, constantemente desenvolve novos meios para se informar e se comunicar. O acesso à informação ocorre de maneira muito mais ágil do que nas décadas anteriores. Para Menezes (2011, p.31) a função dos museus interativos é “auxiliar na democratização da cultura, facilitar a compreensão de determinados conteúdos e propor uma nova relação do público com o museu e por conseguinte da imagem do espaço museológico”. Padilha, Café e Silva (2014) manifestam que os museus como espaços que estimulam o conhecimento, devem buscar novas possibilidades para a divulgação de informações. Os museus tradicionais não estão sendo substituídos. O fenômeno que está acontecendo é a adaptação da linguagem dos museus perante as novas necessidades da sociedade.

O Museu da Língua Portuguesa (MLP), em São Paulo, é exemplo de museu no Brasil que se utiliza da interatividade para aproximar o público de seu acervo. A escolha da tecnologia e de recursos interativos pelo museu deve-se ao seu tema, a língua, um patrimônio imaterial. São empregadas diversas formas, para possibilitar a interação do visitante com a obra, como telas sensíveis ao toque ou com instalações que permitem o contato das pessoas com o que exposto (CAVENAGHI, NASCIMENTO E PEREIRA, 2014). O acervo é apresentado de uma forma dinâmica e lúdica que possibilita ao visitante uma experiência sensorial pela língua (MLP, 2018).

Como apresentado ao longo deste capítulo, a história e a cultura são elementos capazes de motivar a curiosidade e o deslocamento de pessoas a inúmeros atrativos turísticos. Os museus são exemplos de atrativos que abrigam e preservam a história, tornando-se espaços de conhecimento e lazer. Além disso, percebeu-se que a relação do museu com o visitante está se modificando. Os

museus estão começando a entender as reais necessidades de seus visitantes e propondo novas formas de abordagem. Como visto, a interpretação patrimonial é uma das ferramentas que permite aprimorar a visita revelando novas informações e significados. Continuando as discussões, o capítulo a seguir abordará a relação da sociedade com as memórias da guerra e a história militar.

3 A RELAÇÃO DA SOCIEDADE COM AS MEMÓRIAS DA GUERRA E A HISTÓRIA MILITAR

As guerras são um dos elementos formadores da história de inúmeras civilizações. Desde os remotos tempos das sociedades, a guerra motiva-se por questões políticas, culturais, religiosas ou territoriais. Estes fenômenos ocasionam mudanças impactantes que influenciam o início e término de alianças políticas, ciclos econômicos e comportamentos sociais. A paisagem e a sociedade são totalmente transformadas.

No século XX, as guerras com dimensões mundiais foram um marco do período, definidas por Teixeira (1991, p. 63) como guerras totais, estas são “responsáveis por envolver diversos países, ter longa duração e mobilizar integralmente as forças militares assim como a sociedade”. A Primeira Guerra Mundial, por exemplo, desfez impérios, aniquilou dinastias e transformou a geopolítica da Europa. (HASTINGS, 2014). Atualmente, grandes conflitos como a Primeira e a Segunda Guerra Mundial tornaram-se fonte de estudos através das memórias e fatos oriundos delas. Os equipamentos utilizados pelas forças armadas compõem acervos de museus, auxiliando a recontar o cotidiano dos soldados durante a guerra. Esse processo ocorrerá com as guerras iniciadas com o novo milênio. Nas próximas décadas, objetos e documentos das guerras atuais integrarão os acervos dos museus e as memórias daqueles que vivenciaram esses conflitos se unirão a história.

Este estudo das guerras e das forças armadas denomina-se História Militar. Embora, os principais autores desses discursos sejam os militares, como salienta Macedo Carvalho (2001, p.2) “a História Militar não mais deve ser confundida com a história dos militares nem com a mera história das batalhas”. Entende-se que as

memórias e fatos produzidos pelos militares são constituídos por personagens com múltiplas visões e em cenários diversos, assim não são pertencentes somente a eles, mas compõem a história de um país.

Como mencionado, a guerra modifica inteiramente a sociedade. Novos discursos e símbolos são criados ou resignificados conforme a vitória ou derrota do país. A relação da sociedade com as memórias resultantes da guerra demonstra-se por variadas formas, sendo uma dessas a criação de datas comemorativas. Após a Segunda Guerra Mundial, na Itália, o dia 25 de Abril tornou-se feriado nacional. Como relata o Ministério da Defesa (2017), “na cidade de Montese, ocorrem às comemorações pela independência da Itália do julgo nazista. Foi justamente nesta região onde os soldados brasileiros combateram e ajudaram a derrotar o Exército alemão”. Chamada de Dia da Libertação, esta festividade, celebra a vitória da Força Expedicionária Brasileira (FEB) com desfiles pelas ruas da cidade e homenagens aos heróis de guerra brasileiros.

A Inglaterra, que participou intensamente nas duas grandes guerras mundiais, rememora aqueles que lutaram a Primeira Guerra Mundial através do *Remembrance Day*. A data marca a assinatura do armistício⁴ entre os Aliados e a Alemanha. Segundo a *Royal British Legion* (2018, tradução nossa) “A Grã-Bretanha ainda acredita fortemente em lembrar aqueles que lutaram não apenas nas Guerras Mundiais, mas também os mais de 12.000 militares e mulheres britânicos mortos ou feridos desde 1945⁵”. Assim, a cerimônia homenageia todos aqueles que se envolveram com as guerras. Desse modo, os militares foram transformados em heróis por enfrentarem as batalhas, assim como a população, por ter sobrevivido a estas.

Ao término das guerras, a conexão estabelecida entre a população e a história do seu país altera-se, devido à inserção de novos fatos e a produção de novas memórias que remetem dor e orgulho. Assim como elucida Hastings (2012, p. 685), na Inglaterra, após a Segunda Guerra Mundial esta “tornou-se uma orgulhosa lembrança nacional para a população, porque os britânicos passaram a enxergá-la

⁴ Acordo que suspende temporariamente as hostilidades entre os lados envolvidos numa luta, disputa ou guerra.

⁵ Great Britain still believes strongly in remembering those who fought not only in World Wars, but the more than 12,000 British Servicemen and women killed or injured since 1945. (ROYAL BRITISH LEGION, 2018).

como o último grito de sua grandeza, uma conquista histórica para se contrapor aos fracassos do pós guerra [...]”.

Esses novos discursos originados pela guerra por meio de memórias e fatos, tornam-se elementos formadores da identidade do povo ou local. Assim ocorreu com a Revolução Federalista, que teve como cenário para uma de suas batalhas, a cidade paranaense da Lapa. O episódio conhecido como “Cerco da Lapa” deixou em cada canto da cidade vestígios nos casarões antigos, que atualmente são patrimônios tombados, nos nomes das ruas e principalmente nas histórias repassadas por gerações entre os moradores. O episódio do Cerco da Lapa é um acontecimento com importância para a história nacional, regional e local. Essa importância destaca-se principalmente para a história regional, pois segundo Cordova (2007, p. 186) “foi um dos temas utilizados pelos paranistas para discorrer sobre a construção de uma identidade paranaense”.

As memórias das guerras são significativas para a história de um país, portanto, necessitam de espaços em que possam ser protegidas da ação do tempo. Isso possibilitará as gerações que não vivenciaram aquele acontecimento conhecê-lo, e principalmente que os atores envolvidos possam ser homenageados devido as suas ações. Pires e Amorim (2010, p. 31), em referência a Segunda Guerra Mundial, expõem que “monumentos, museus e memoriais foram erguidos em todos os países envolvidos e, com o passar do tempo, a importância histórica desses acontecimentos despertou a curiosidade de pessoas do mundo inteiro [...]”. A atenção direcionada a esses espaços deve-se ao fato dos diversos atores que compõem os discursos e memórias das guerras.

Um exemplo de memorial com interesse turístico é o *USS Arizona Memorial* localizado na Ilha de Oahu (Havaí, Estados Unidos). Construído em 1962, este memorial rememora o Ataque à base naval de *Pearl Harbor* em 1941 por aviões japoneses, que motivou a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial (NATIONAL SERVICE PARK, 2018). O *USS Arizona Memorial* encontra-se acima dos destroços da embarcação afundada. Segundo o *National Park Service* (2018,

tradução nossa) “o memorial homenageia a memória da tripulação do USS Arizona, bem como todos os outros militares e civis mortos no ataque⁶”.

As memórias das guerras dispõem de variadas maneiras para sua preservação e rememoração, através de datas comemorativas, memoriais e museus e até na história e identidade nacional. Além das mencionadas anteriormente, o cinema é um dos meios responsáveis por conectar as pessoas aos fatos ocorridos. Os filmes, através das interpretações e da reconstrução de cenários, permitem apresentar a história através de recursos visuais e dinâmicos. Inúmeros filmes já foram produzidos recontando os acontecimentos das guerras. A Segunda Guerra Mundial serviu como plano de fundo para filmes ao longo desses 73 anos após o conflito.

Como Hastings (2012, p.697) comenta “na cultura ocidental, é claro, o conflito continua a exercer fascínio extraordinário para gerações que nem eram nascidas quando ele ocorreu. A explicação óbvia é ter sido o maior e mais terrível evento na história humana”. Por isso, existem diversas produções cinematográficas sobre a Segunda Guerra Mundial. Cada produção, dependendo do país de origem, apresentará uma narrativa diferente. Alguns países são representados por outros como vítimas ou vilões. É essa variedade de discursos e narrativas é o que atrai o público.

A guerra é um acontecimento transformador que provoca dor e sofrimento a todos os envolvidos. Após uma guerra nada continua como era anteriormente. Ela modifica tanto o espaço como as pessoas que vivem nele. Modifica também o relacionamento das pessoas com a história do país. Mesmo com o passar do tempo, a população continua a comover-se com a história de seus compatriotas ou até parentes que lutaram em guerras. Além da dor, o orgulho também transparece como uma lembrança do que foi realizado no passado. São essas memórias, museus e memoriais relacionados às guerras ou as forças militares, que motivam pessoas a visitarem determinados destinos e atrativos em busca de conhecer a história e seus heróis.

⁶ The memorial honors the memory of the crew of the USS Arizona, as well as all the other service members and civilians killed in the attack (NATIONAL PARK SERVICE, 2018).

3.1 TURISMO MILITAR

O turismo militar trata de um segmento turístico desenvolvido em Portugal, com motivações histórico-culturais visando à valorização do patrimônio nacional e militar português. O segmento originou-se a partir de um conjunto de ações iniciadas em 2010. Segundo O Mirante (2010), a Primeira Jornada do Turismo Militar foi um evento idealizado pelo Instituto Politécnico de Tomar (IPT) que reuniu o Secretário de Estado do Turismo e o Secretário de Estado da Cultura que juntos com representantes de diversos setores da sociedade discutiram acerca do tema. A partir desse momento, determinou-se a necessidade de verificar a viabilidade de integrar o patrimônio histórico-militar no desenvolvimento de produtos turísticos no país (O MIRANTE, 2010). Durante este processo inicial de estudo e consequentemente, desenvolvimento do segmento, Pratt (2015, p. 43) afirma que a pesquisa de Coelho sobre o turismo militar “contribuiu para a sensibilização no território e teve projeção nacional para a integração do patrimônio histórico-militar no desenvolvimento de produtos de Turismo Cultural⁷”.

O turismo militar foi incluído no Plano Estratégico Nacional do Turismo 2013-2015 (PENT) de Portugal. Neste documento o segmento se encontra entre os projetos do Programa de Destinos Turísticos. Este projeto preocupa-se com o desenvolvimento do Turismo Militar estabelecendo atividades como a inventariação do patrimônio militar com vocação turística, a criação de uma marca para o produto e do modelo integrado de gestão e operação da Rede Nacional de Roteiros de História Militar (PORTUGAL, 2013).

Em 2014, o Instituto Politécnico de Tomar, a Brigada de Reação Rápida e a Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha uniram-se para idealizar a Carta Nacional do Turismo Militar. Por meio de diversas pesquisas com a participação de órgãos públicos e privados, além da comunidade, obteve-se como resultado este documento que formaliza alguns princípios do turismo militar (COELHO et al., 2014). Outras parcerias essenciais foram estabelecidas visando o desenvolvimento e a promoção do Turismo Militar. O Ministério da Defesa Nacional (MDN) e Instituto Politécnico de Tomar assinaram um protocolo de cooperação permitindo que as

⁷ [...] contributes to raising awareness in the territory and with national projection for the integration of Historic/Military heritage in the development of Cultural Tourism products (PRATT, 2015, p. 43).

pesquisas acadêmicas realizadas pelo IPT tenham o apoio de autarquias e entidades regionais no estudo do segmento (PORTUGAL, 2014).

Foram articuladas diversas parcerias entre entidades para o desenvolvimento do segmento em Portugal. Os principais órgãos envolvidos nas ações mencionadas anteriormente são o Instituto Politécnico de Tomar, a Brigada de Reação Rápida e a Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha, o Ministério da Defesa Nacional, a Secretaria de Estado do Turismo e a Secretaria de Estado da Cultura. Conforme Dias (2006, p. 56) “a identificação de uma prioridade em termos de turismo cultural permite atrair setores que complementam o atrativo principal, de modo a possibilitar um alinhamento de interesses”. Atualmente, tanto o governo de Portugal quanto os demais parceiros dedicam-se a consolidação de produtos e a criação de uma marca para o Turismo Militar.

O Turismo Militar é entendido por Coelho (2011, p. 24) como sendo “aquele em que os acervos militares e os recursos nacionais de índole histórica e militar são transformados em conjuntos de atividades culturais e atrativos turísticos [...]”. São espaços com significados para a história das nações sendo estes museus militares, fortificações e até castelos (FURTADO, 2011). Esses patrimônios têm os militares como construtores das memórias dos acontecimentos que influenciaram a história nacional. Através das fortificações e castelos, o visitante aprende detalhes da arquitetura e engenharia militar. Nos museus, são expostos diversos objetos como armamentos, equipamentos e documentos que recontam a história da corporação ou de sua participação em uma guerra.

Outro segmento com aspectos semelhantes ao Turismo Militar é o Turismo de Guerra. No entanto, este segmento é definido por Fraga (2002, p. 44) como aquele em que:

[...] o visitante esteja em contato a lugares que ocorreram tais conflitos, e que hoje preservam fragmentos desses episódios como forma de manter viva parte de sua história, através de museus, mausoléus, cemitérios, monumentos, sítios arqueológicos, entre outros elementos constantes na paisagem. (FRAGA, 2002, p. 44).

Percebe-se que o Turismo de Guerra apropria-se dos espaços em que ocorreram batalhas ou guerras. Sua relação se estabelece por meio da paisagem modificada que atualmente resguarda resquícios do ocorrido. Pratt (2015, p. 39,

tradução nossa) também confirma essa característica do segmento ao declarar que “o Turismo de Guerra explora os campos de batalha especificamente como locais onde ocorreram batalhas famosas⁸”. Pratt (2015) apresenta uma visão europeia em relação ao Turismo de Guerra ao considera-lo parte do *Dark Tourism*⁹. Entre os autores brasileiros, como Pires e Amorim (2010), o Turismo de Guerra pode ser considerado parte do Turismo Cultural, pois com este segmento é possível conhecer monumentos e construções relacionados à história de um país, estado ou município localizado em áreas que foram importantes palcos de batalhas.

O segmento Turismo de Guerra possui algumas iniciativas para seu desenvolvimento no Brasil. Uma das iniciativas pioneiras foi à elaboração do primeiro roteiro de Turismo de Guerra no Brasil pelo Núcleo de Pesquisa em Turismo de Guerra (NPTG) das Faculdades Integradas Curitiba (FIC). O roteiro em questão tinha como temática a Guerra do Contestado, conflito ocorrido na região fronteira dos estados de Santa Catarina e Paraná entre 1912 e 1916 (HOBAL, MEDEIROS, FRAGA, 2009). Outra iniciativa pesquisada trata-se do roteiro “Reminiscências de Guerra em Curitiba”. Neste roteiro estão reunidos diversos atrativos turísticos que resguardam histórias e memórias relacionadas às temáticas do Turismo de Guerra. Um dos atrativos selecionados foi o Museu do Expedicionário, o objeto de estudo desta pesquisa (ANDRUKIU, ILHA, SILVA, NITSCHKE, 2015).

Constata-se que o segmento Turismo Militar relaciona-se com a história de uma nação através dos discursos e memórias dos militares. Este segmento intenciona tornar a história militar mais acessível e atrativa a população e aos turistas, preocupando-se também com a preservação dos espaços e memórias. No Brasil, o segmento pode se apropriar da história das Forças Armadas (Exército, Marinha e Aeronáutica) e das Forças Auxiliares (Polícias Militares e Corpo de Bombeiros Militares), como será exposto no tópico referente aos museus militares.

Assim como os demais segmentos turísticos dispõem de variados recursos para sua conformação, o Turismo Militar utiliza-se de recursos turísticos com

⁸ Battlefield tourism explores battlefields specifically as places where famous battles took place. (PRATT, 2015, p. 39).

⁹ Dark Tourism é a ato de viajar e visitar locais, atrações e exposições associados à morte, sofrimento ou práticas macabras com pessoas (IDTR, 2018, tradução nossa).

carácter histórico e militar e os transforma em diferentes atrativos para seu público (COELHO, 2011). Baseando-se nos recursos nacionais com conteúdos militares, Coelho (2011, p. 28) determinou oito recursos (QUADRO 1) com potencial aproveitamento turístico pelo segmento.

QUADRO 1 – RECURSOS NACIONAIS DE CONTEÚDOS MILITARES

RECURSO	CARACTERISTICA
Unidades Militares das Forças Armadas Portuguesas	São espaços que evocam diferentes sentimentos nos visitantes e ex-militares. Quando musealizados através de coleções visitáveis, tem a capacidade de integrar e contextualizar a história do espaço com o objeto.
Museus Militares	Conseguem atrair um número considerável de visitantes e por isso tem um elevado valor estratégico para a criação de produtos no segmento.
Empresas ou Associações de recriação histórica	Fazem parte do processo de entretenimento e animação de um evento associado a um período ou local.
Campos de batalha	Portugal foi cenário de diversas batalhas ao longo de sua história. Esses espaços atraem interessados na história nacional e local.
Patrimônio Edificado	As fortificações são vistas como um meio de afirmação física da memória.
História Militar	É um dos principais recursos e motores para o desenvolvimento deste segmento turístico.
Acervos Documentais	Através desses documentos possibilita-se a produção académica e a criação de conteúdos para possíveis produtos.
Acervos de material militar	Existem diversas informações com elevado valor histórico e simbólico desconhecidas do público, demonstrando assim a existência de recursos para o fomento do segmento.

FONTE: Adaptado de Coelho (2011, p.28).

Intencionando esclarecer a relação entre recurso e produto, devemos analisar os seguintes exemplos. Um dos recursos apropriados pelo Turismo Militar é o patrimônio edificado, ou seja, fortificações e castelos. Portugal dispõe de diversas construções militares em seu território, resultado de séculos envolvendo-se em batalhas e guerras. A partir das fortificações, desenvolveu-se como produto turístico a Rota Histórica das Linhas de Torres (RHLT). Trata-se de seis percursos temáticos distintos que integram 152 fortificações em uma área de 88 km entre o Rio Tejo e o Oceano Atlântico (GUIA DA ROTA HISTÓRICA DAS LINHAS DE TORRES, 2004).

No litoral brasileiro, existem consideráveis exemplares de fortificações construídos durante o Período Colonial. Na Região da Baixada Santista, essas construções militares transformaram-se em recurso para a elaboração do Circuito dos Fortes. Interligando a Praia Grande a Bertioga, o circuito possibilita a visita de três fortalezas, a Casa de Trem Bélico e quatro fortes. Segundo a Agência Metropolitana da Baixada Santista (AGEM) (2004, p. 6) “as edificações, a arquitetura, a tecnologia e os personagens que por elas passaram, escreveram histórias, a História do Brasil e de todos nós, merecem ser visitadas e conhecidas”.

Por meio destes recursos torna-se possível a elaboração de diferentes produtos turísticos para variados públicos alvos. Essa é uma das particularidades da segmentação turística que “assume grande importância, pois estabelece procedimentos para a formatação e direcionamento de produtos turísticos de acordo com as características e interesses de cada grupo de turistas” (PIRES; AMORIM, 2010, p. 28). Como demonstrado na FIGURA 1, foram delineados por Coelho (2011, p. 25) seis atividades integradas ao Turismo Militar.

FIGURA 1 – DIFERENTES ATIVIDADES RESULTANTES DA ARTICULAÇÃO DO TURISMO MILITAR



FONTE: Coelho, 2011.

Essas atividades são brevemente definidas a seguir:

- **Atividades Didáticas e Pedagógicas:** São atividades destinadas ao público infantil e escolar intencionando a aproximação com a história e cultura de Portugal;
- **Interpretação:** Além de tornar-se um produto, a interpretação é uma ferramenta essencial para sua organização.
- **Eventos:** Os eventos inspirados na História Militar reforçam a economia local e o reconhecimento do segmento.
- **Animação:** Auxilia no desenvolvimento da imagem local e no entretenimento geral (direcionado a comunidade ou turistas);
- **Visitação:** A visitação a espaços como museus, fortificações, castelos e demais espaços que rememoram a história nacional e militar;
- **Socialização de Militares:** O envolvimento da população e turistas em comemorações militares.

Essas atividades definidas por Coelho (2011) relacionam-se diretamente com os recursos e produtos com potencial de aproveitamento turístico pelo segmento turismo militar, sendo um desses recursos os museus militares, como será explanado no tópico a seguir.

3.2 MUSEUS MILITARES

Existem diversos tipos de museus com propósitos e acervos totalmente diferentes, entre eles destacam-se para essa pesquisa, os museus militares. O conceito de militar em Portugal está relacionado com as Forças Armadas, sendo o Exército, Marinha e Força Aérea (TEIXEIRA, 2011). No Brasil, o conceito relaciona-se as Forças Armadas, mas também as Forças Auxiliares, definidas pela Constituição Federal (1988, art 144) como sendo as Polícias Militares e Corpos de Bombeiros Militares. Dessa forma, os museus militares portugueses narram somente à história e a memória das Forças Armadas. Os museus militares brasileiros dividem-se entre aqueles que abordam a história das Forças Armadas e os que abordam as Forças Auxiliares.

A história dos museus militares em Portugal se deve aos armazéns de armas existentes nas residências senhoriais ou nos castelos, onde era guardado o armamento utilizado pelos soldados dos senhores (TEIXEIRA, 2011). No século XVI, se modifica a função desses armazéns, que como menciona Teixeira (2011, p. 14) passam a “representar espaços para exposição do armamento a visitantes e embaixadores, tendo como objetivo a ostentação do poder e riqueza dos seus proprietários”.

No século XVIII, as coleções de armas e de história militar são utilizadas pelo Exército como objeto de estudo integrando parte da formação acadêmica dos oficiais (TEIXEIRA, 2011). Somente no século XIX, os primeiros museus militares abertos ao público são criados, expondo troféus e objetos de guerra, refletindo “o culto prestado a essas mesmas personalidades ou ações militares, exacerbando desse modo as glórias nacionais” (TEIXEIRA, 2011, p.16). No Brasil, o primeiro museu militar foi criado por D. João VI em 1865. O Museu Militar da Casa do Trem foi instalado em duas salas no Arsenal da Guerra do Rio de Janeiro (BRASIL, 2005).

Um museu militar pode ser entendido como “uma instituição permanente, sem fins lucrativos, que adquire, preserva, resgata, interpreta e exhibe evidências da história militar e serve à sociedade ao conscientizar sobre o impacto da guerra e dos

valores pacifistas¹⁰ (KIROUAC, 2009, 22). Como apresentado por Teixeira (2011 apud EXÉRCITO PORTUGUÊS, 2008):

Museu Militar é um órgão de natureza cultural depositário e expositor do espólio de interesse histórico-militar, com possibilidade para garantir um destino unitário, designadamente a bens culturais militares e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos, incluindo o acesso regular ao público (TEIXEIRA, 2011 APUD EXÉRCITO PORTUGUÊS, 2008).

Ambos os conceitos apresentam os museus militares como espaços de preservação e interpretação da história e memória militar, que proporcionam ao público conhecer a história das forças militares (seus principais heróis, evolução do armamento e de sua organização), sua atuação nas guerras e como esse acontecimento impactou a sociedade e a história do país.

Os museus militares podem se associar ao *Internacional Committee of Museums and Collections of Arms and Military History* (ICOMAM). Este comitê da ICOM formado por diversos especialistas estabelecem diretrizes aos museus com o objetivo de “incentivar a pesquisa científica sobre armas, armaduras e militaria¹¹ em coleções militares especializadas, em museus em geral e outras coleções¹²” (ICOMAM, 2010, tradução nossa). Pelo mundo, existe uma variada quantidade de museus militares, cada um apresentando um enfoque diferente, seja no tema ou acervo.

O Museu Militar de Bragança, em Portugal (FIGURA 2), localizado na Torre de Homenagem do Castelo de Bragança tem sua origem em 1929 por iniciativa do Regimento de Infantaria nº 10 (NOGUEIRO, 2009). Na década de 1950, com a saída da unidade militar estabelecida no castelo e responsável por este, o museu foi fechado e seu acervo transferido para o Museu Militar de Lisboa. A retirada do museu da cidade foi extremamente impactante para a comunidade, pois este “consolidava-se na época como um fortíssimo conjunto patrimonial e documental das memórias militares dos bragançanos” (NOGUEIRO, 2009, p. 44).

¹⁰ A military museum is a non-profit, permanent institution, which acquires, preserves, researches, interprets and exhibits evidence of military history and serves society by raising awareness of the impact of war and of pacifist values (KIROUAC, 2009, 22).

¹¹ Conjunto de objetos relacionados a temas ou atividades militares.

¹² Its principal aim is to encourage scientific research about arms, armour and militaria in specialised military collections, in general museums and other collections (ICOMAM, 2010).

Em 1983, o Museu Militar de Bragança é reinaugurado pelo Coronel Miguel Rodrigues. O acervo levado para o Museu Militar de Lisboa foi devolvido e integrado a doações da comunidade e de militares. Atualmente, o museu expõem armamentos do século XII até a Primeira Guerra Mundial, fotografias, móveis da época, instrumentos de guerra e entre outros objetos (NOGUEIRO, 2009). O museu está sob a tutela do Exército Português.

FIGURA 2 – MUSEU MILITAR DE BRAGANÇA



FONTE: Ruralea, 2018.

O *Imperial War Museums* (IWM), na Inglaterra, são cinco museus que abordam a guerra e seus conflitos desde a Primeira Guerra Mundial até os dias atuais. Surgiu em 1917, quando o Gabinete da Guerra aprovou a criação de um museu nacional da guerra. Originado em meio a Primeira Guerra Mundial, sua “intenção era coletar e exibir material como um registro das experiências de todos durante essa guerra - civis e militares - e homenagear os sacrifícios de todos os setores da sociedade¹³” (IMPERIAL WAR MUSEUMS, 2018, tradução nossa). As cinco unidades do museu são o *IWM London* (FIGURA 3) criado em 1920, *IWM Duxford (Cambridgeshire)* em 1976, o *HMS Belfast* (Irlanda) em 1978, o *Churchill*

¹³ The intention was to collect and display material as a record of everyone's experiences during that war - civilian and military - and to commemorate the sacrifices of all sections of society (IMPERIAL WAR MUSEUMS, 2018).

War Rooms (Londres) em 1984 e o *IWM North (Manchester)* em 2002. O *IWM* é parcialmente financiado pelo governo, mas também é mantido por doações, patrocínios e por uma associação.

FIGURA 3 – IMPERIAL WAR MUSEUM LONDON



FONTE: Visit London, 2018.

O Museu Histórico do Exército e Forte de Copacabana (MHEX/FC), no Rio de Janeiro/RJ (FIGURA 4), foi criado por meio da Portaria nº 61, de 19 de dezembro de 1986, pelo Ministro do Exército, General de Exército Leônidas Pires Gonçalves. Assim, em Maio de 1987, o museu é oficialmente inaugurado (TEIXEIRA, 2016). O primeiro diretor do MHEX/FC foi o Cel. Art. QEMA Romeu Antônio Ferreira, que de acordo com Teixeira (2016, p. 49) intencionava “transformar o aquartelamento militar em Centro Cultural, num dos pontos mais atrativos da cidade, um polo turístico reconhecido internacionalmente e que atrairia, quando concluído, milhares de turistas”.

Durante os anos iniciais de estruturação do MHEX/FC, diversos profissionais envolveram-se como museólogos e historiadores. Inúmeras reformas foram realizadas para que o espaço fosse adequado ao acervo e aos visitantes (TEIXEIRA, 2016). Além da visita ao museu e as instalações do forte, são

ofertadas atividades culturais. O MHEX/FC dispõe de uma programação cultural que envolve o “Sarau no Museu”, “Centro de Literatura”, “Chorinho no Forte”, “Encontro de Corais”, “Interdanças no Forte”, “MPB no Forte”, “Música no Museu” e “Banda no Forte” (MHEX/FC, 2017).

FIGURA 4 – MUSEU HISTÓRICO DO EXÉRCITO E FORTE DE COPACABANA



FONTE: Ministério do Turismo, 2015.

O Museu dos Militares Mineiros (MMM), em Belo Horizonte/MG (FIGURA 5), foi inaugurado em 2014. Seu acervo com 300 peças dedica-se a história da Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG) e o Corpo de Bombeiro Militar de Minas Gerais (CBMMG) proporcionando “à reflexão sobre o papel destas instituições no cotidiano dos cidadãos e na reafirmação de elementos essenciais para a identidade mineira” (SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA, 2015).

O acervo do MMM é composto por uniformes militares, instrumentos musicais e de trabalhos, fotografias e documentos. São 13 salas que apresentam a história das corporações, homenagens aos patronos e comandantes, homenagens às mulheres das corporações e jogos interativos que ensinam os visitantes sobre questões de prevenção e segurança (MUSEU DOS MILITARES MINEIROS, 2018). O museu também realiza visitas mediadas que permitem aproximar a história das corporações da sociedade.

FIGURA 5 – MUSEU DOS MILITARES MINEIROS



FONTE: ARQBH, 2018.

3.2.1 Museus da Força Expedicionária Brasileira

Como mencionado no início do capítulo, cada museu militar possui um enfoque diferente, e no caso desta pesquisa, destacam-se os museus da Força Expedicionária Brasileira. O processo de criação desses espaços iniciou-se com as associações de veteranos. Com o fim da Segunda Guerra, os soldados brasileiros retornaram ao país, sem receber assistência do governo para continuar suas vidas. Nesse contexto, a criação das associações demonstrou-se essencial para auxiliar na reintegração dos ex-combatentes na sociedade (OLIVEIRA, 2011; FERRAZ, 2012).

O foco das entidades eram questões sociais e políticas que envolviam os veteranos da FEB. Segundo Oliveira (2016), após a guerra a busca por tratamento de doenças e sequelas físicas e psicológicas, o enfrentamento da situação de abandono, desemprego, inadaptação social, familiar e profissional foram alguns dos problemas que afetaram os ex-combatentes. As associações tornaram-se um espaço de vivência social onde os veteranos encontravam seus companheiros e recebiam orientação sobre seus direitos (FERRAZ, 2012).

Além da recorrente luta pela aplicação das políticas públicas de auxílio aos ex-combatentes, as associações de veteranos preocupavam-se com a preservação, pesquisa e divulgação da história da FEB (OLIVEIRA, 2016). Dessa forma, nas sedes das associações surgiram espaços dedicados a guardar e a expor objetos e documentos referentes à atuação da FEB na Segunda Guerra Mundial. Conforme menciona Oliveira Neto (2016, p.4) “as associações de ex-combatentes e seus respectivos lugares de memórias, entre os quais os museus, fizeram parte do processo de reintegração social dos pracinhas¹⁴”. Com o tempo, os museus criados por essas associações passaram a ocupar grande parte do espaço de suas sedes, como é o caso do Museu do Expedicionário de Curitiba.

O Museu do Expedicionário de Curitiba (MEXP), objeto de estudo desta pesquisa, foi oficialmente inaugurado em 1981, entretanto suas origens iniciaram-se em 1946 com a criação da Legião Paranaense do Expedicionário (LPE). A entidade criada após a guerra era responsável por auxiliar os veteranos em questões sociais e políticas. Além dessas preocupações, desde sua fundação, a LPE possuía como objetivo a preservação do patrimônio histórico construído durante os combates da Segunda Guerra Mundial pela Força Expedicionária Brasileira (OLIVEIRA, 2011).

No início da estruturação do museu, a LPE realizou uma campanha para arrecadar doações de objetos, armas, uniformes, livros e documentos. Em 1948, foi emitida uma circular para a ampliação da biblioteca e do acervo do museu. Nos anos iniciais, a sede provisória da LPE era na Rua José Bonifácio, 110. Somente em 1951, a sede própria, a Casa do Expedicionário (FIGURA 6), foi construída. Entretanto, apenas uma das novas salas era ocupada pelo museu, às demais eram utilizadas para os serviços sociais ofertados pela LPE (OLIVEIRA, 2016).

¹⁴ O termo pracinha surgiu da expressão “sentar praça”, que significa se alistar nas Forças Armadas. O apelido era atribuído aos soldados rasos, detentores da patente mais baixa da hierarquia militar (BARONE, 2013).

FIGURA 6 – MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO



FONTE: Museu Brasil, 2018.

Para o Museu do Expedicionário, a década de 1970 foi marcada por avanços importantes no tamanho do acervo. Com a redução gradativa do número de atendimentos da LPE, os membros puderam dedicar-se exclusivamente as tarefas do museu (OLIVEIRA, 2011). Em 1979, foi o ano da grande mudança do espaço. Em Assembleia Geral, conforme mencionado por Oliveira (2011, p. 6), “deliberou-se pela transformação de todo o prédio da Casa do Expedicionário em Museu do Expedicionário, pois as doações haviam aumentado muito e se exigia um espaço maior para sua exibição, pesquisa e catalogação”.

Para a mudança efetiva, foi realizada uma parceria entre a LPE e a Secretaria de Estado da Cultura (SEEC) para efetuar obras necessárias para adaptar as instalações exclusivamente ao museu. Durante esse período, uma nova campanha de doações foi realizada aumentando o tamanho do acervo e seu valor histórico (OLIVEIRA, 2011). Com a parceria estabelecida, a SEEC tornou-se mantenedora do MEXP, porém o museu e seu acervo são propriedade particular da LPE.

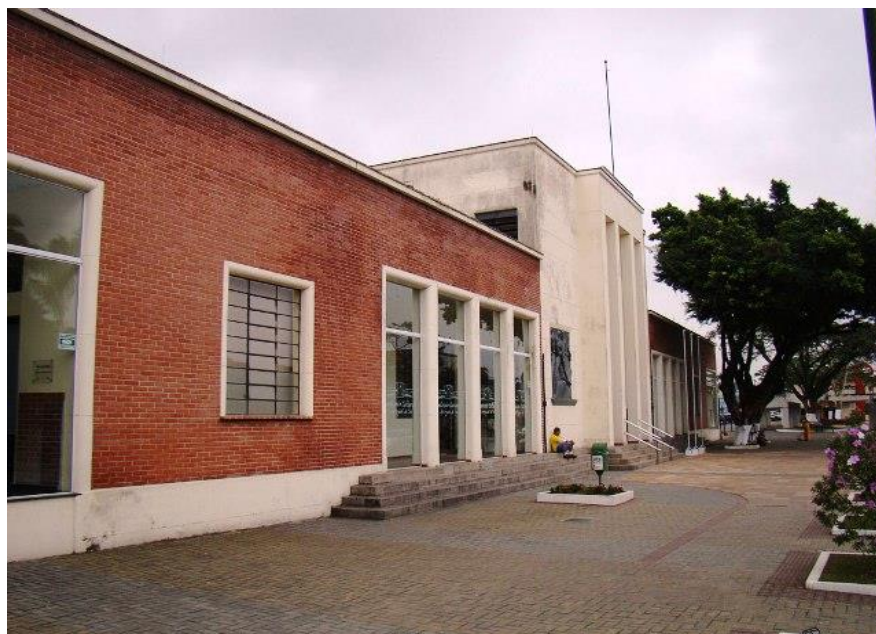
Nas salas do museu, estão expostas peças importantes como a metralhadora MG42 apelidada pelos brasileiros de “Lurdinha”, jornais com manchetes sobre a entrada e atuação do Brasil na Itália, o mapa utilizado pelo

General Mascarenhas de Moraes, a sala Max Wolf Filho em homenagem ao herói de guerra e além de uma quantidade significativa de armas utilizadas pela FEB. O Museu do Expedicionário, devido as suas inúmeras campanhas de arrecadação de doações, conseguiu reunir um acervo com grande importância histórica e de tamanho incomparável, com vinte e cinco mil itens encontrados no museu.

Desde sua formação, o Museu do Expedicionário era administrado pela LPE com o apoio da SEC. Em 2015, iniciou-se o processo de mudança da administração do museu. O prefeito de Curitiba, na época Gustavo Fruet, assinou em conjunto com a presidente da LPE e o presidente da Câmara Municipal de Curitiba, o termo de doação do prédio e do acervo do museu ao Exército Brasileiro (CURITIBA, 2015). Em 2017, foi assinado o termo de Passagem Provisória do espaço a 5ª Região Militar (5ª RM). Além da assinatura deste documento, foi apresentado o Projeto de Revitalização do Museu (BRASIL, 2017). Em relação a sua estrutura técnica, o museu possui uma museóloga, além da frequente presença de historiadores.

Outro exemplo de museu militar que rememora a história da FEB é o Museu da Paz de Jaraguá do Sul. Sua origem está atrelada ao Museu Histórico Emílio da Silva. Em 1988, a então “Casa do Expedicionário” foi criada como um anexo do Museu Histórico. Em 1996, como parte das comemorações dos 120 anos de Jaraguá do Sul foi aberto o Museu do Expedicionário. Entretanto, após um ano da abertura do espaço este foi fechado (OLIVEIRA NETO, 2016). Em 2001, as peças pertencentes ao Museu do Expedicionário, foram levadas para uma sala exclusiva em homenagem a FEB no Museu Histórico Emílio da Silva. Conforme mencionado por Oliveira Neto (2016), em 2009, o Museu do Expedicionário é reestruturado, sendo oficialmente chamado de Museu da Paz (FIGURA 7).

FIGURA 7 – MUSEU DA PAZ



FONTE: Jaraguá.Am, 2015

Inicialmente, o acervo do museu foi formado por doações de ex-combatentes e de seus familiares. Com a compra da coleção de militar de João Luís Channe, residente de Piraquara (PR), o acervo do museu aumentou consideravelmente. Anteriormente, o museu era composto exclusivamente por objetos da Segunda Guerra e da FEB, com a nova coleção, passou a reunir uma variada quantidade de itens da Primeira Guerra Mundial. Apesar do fechamento do museu, em 1999, o acervo recebeu uma grande doação do Exército Brasileiro (OLIVEIRA NETO, 2016). Atualmente, o acervo é composto por 300 peças, sendo a maioria da FEB e outras utilizadas por diversos países durante a Primeira e Segunda Guerra. A reserva técnica possui 200 peças catalogadas (MUSEU DA PAZ, 2015).

O Museu da Paz é administrado pela Secretaria de Cultura, Lazer e Esporte. A Associação Nacional dos Veteranos da Força Expedicionária Brasileira (ANVFEB) também auxilia na manutenção e organização do espaço. Em 2016, foi criada a Associação dos Amigos do Museu da Paz (AAMPАЗ). O propósito da entidade é possibilitar a participação em fundos municipais, estaduais e nacionais para captar recursos e financiamentos que auxiliem na manutenção do museu (JORNAL DO VALE DO ITAPOCU, 2016). Sobre sua estrutura técnica, o museu não dispõe de

museólogo. As ações no museu são organizadas por profissionais da área da educação, como pedagogas.

A missão do Museu da Paz é fomentar a paz, possibilitando que um espaço de diálogo e reflexões seja construído através do acervo sobre a história da Força Expedicionária Brasileira e das duas grandes guerras mundiais (MUSEU DA PAZ, 2015). Para promover reflexões em seus visitantes são realizados eventos, exposições e palestras no museu. Em Maio de 2018, em comemoração ao Dia do Expedicionário e ao Dia da Vitória, a ANVFEB e a AAMPÁZ organizaram uma palestra com Mário Pereira, especialista na história da FEB e filho do Tenente Miguel Pereira (TRENTINI, 2018).

Visando a aproximação da comunidade com o Museu da Paz, são organizadas diversas atividades com estudantes das escolas da cidade relacionando conteúdos estudados nas salas de aula com as temáticas do museu. Em 2015, em comemoração aos 70 anos do fim da Segunda Guerra Mundial, a Fundação Cultural promoveu a Mostra “Princípios para a Construção da Paz” com trabalhos de desenho, pintura, escultura, fotografia e gravura de diversos alunos (A NOTÍCIA, 2014). Alguns dos trabalhos produzidos estão expostos no museu.

Assim como os demais museus, o Museu da FEB de Petrópolis (FIGURA 8) foi criado com o propósito de preservar as memórias e a história da Força Expedicionária Brasileira. Inaugurado em 1982 por veteranos da FEB, o museu reúne em seu acervo 1.961 peças, distribuído em três salas. O espaço é administrado pela ANVFEB e pelo casal de irmãos, Deise e Paulo, filhos de um veterano. A Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis (FCTP) também apoia as ações do museu (MAPA DE CULTURA, 2018). Todas as quartas-feiras são realizadas reuniões com os veteranos e associados da ANVFEB. Também são organizados eventos como homenagens ao Dia do Expedicionário e a Comemoração do Dia da Vitória. Em sua estrutura técnica, o museu não dispõe de museólogo, a maioria das ações é organizada pelos responsáveis, Deise e Paulo, e pela ANVFEB.

FIGURA 8 – MUSEU DA FEB



FONTE: Tripadvisor, 2018.

Desde 1996, a sede do museu é a construção anexada ao Palácio Rio Negro, a antiga cocheira da propriedade, segundo informações do Petrópolis Convention & Visitors Bureau (2018). O museu está localizado na Avenida Koeler (Centro), uma das principais avenidas da cidade, próximo a outros atrativos turísticos. Em 2012, o museu foi reformado com recursos do 32º Batalhão de Infantaria Leve de Petrópolis e doações de associações e amigos do museu.

Como apresentado ao longo deste capítulo, as memórias relacionadas às guerras ou as forças militares, motivam pessoas a visitarem determinados destinos e atrativos para conhecer a história e seus heróis. Essa é a principal motivação do segmento turismo militar, que visa à valorização de patrimônios nacionais e militares. Entre os atrativos turísticos existentes com essa temática destacam-se os museus militares, especialmente aqueles que abordam a história da Força Expedicionária Brasileira. A seguir, apresentam-se os procedimentos metodológicos que auxiliaram a realização desta pesquisa.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresentará a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa. Abordara-se o tipo de pesquisa, sendo esta de caráter exploratório, e as técnicas (pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo). Os instrumentos utilizados ou desenvolvidos, como o fichamento de leituras, entrevista não estruturada, questionário e roteiro de observação, serão explanados. Por último, as estratégias de tabulação e interpretação dos dados (construção do marco teórico, análise descritiva dos dados e método comparativo)

4.1 TIPO DE PESQUISA

A presente pesquisa define-se como de caráter exploratório, que segundo Gil (2006, p. 43) tem objetivo de “proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” e utilizada “quando o tema escolhido é pouco explorado [...]”. Para Santos (2000, p. 27) “explorar é tipicamente a primeira aproximação de um tema e visa criar maior familiaridade em relação a um fato ou fenômeno”. Tal delimitação deve-se ao propósito da pesquisa em apresentar o segmento turismo militar como motivação para o turismo cultural. Com recente desenvolvimento e expansão em Portugal, o segmento turismo militar possui pouco reconhecimento no Brasil, apesar da disponibilidade no país de atrativos com potencial para o segmento.

4.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

Inicialmente utilizou-se a pesquisa bibliográfica sendo aquela “desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2006, p. 65). Podem também ser utilizados como fontes de pesquisa de dados os jornais, revistas, panfletos, relatórios de seminários e anais de congressos (SANTOS, 2000). Lakatos e Marconi (2003, p. 183) comentam que a finalidade da pesquisa bibliográfica “é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto”. Esta técnica foi empregada para discorrer sobre a interpretação patrimonial e para reunir

informações sobre museus militares, especificamente os museus da Força Expedicionária Brasileira.

Outra técnica utilizada foi à pesquisa de campo, aplicada para “conseguir informações e conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 186). Sobre a pesquisa de campo, Gonsalves (2001, p. 67) declara que o “pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas”.

Ainda em relação à pesquisa de campo, destaca-se a utilização da observação sistemática. De acordo com Lakatos e Marconi (2003, p. 193):

Realiza-se em condições controladas, para responder a propósitos preestabelecidos. Todavia, as normas não devem ser padronizadas nem rígidas demais, pois tanto às situações quanto os objetos e objetivos da investigação podem ser muito diferentes. (LAKATOS; MARCONI, 2003, P. 193).

Segundo Gil (2006, p. 110) a observação “apresenta como principal vantagem, em relação a outras técnicas, a de que os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediário”. Richardson (2009, p. 263) relata “que um dos pontos positivos para o uso da observação é a possibilidade de obter a informação no momento em que ocorre o fato”. Com essa técnica, foi analisada a forma de apresentação do acervo do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) e outros dois museus com a mesma temática para identificar a existência de um padrão na apresentação do acervo.

QUADRO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA		
	TÉCNICAS DE PESQUISA	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE DADOS
OE1: Discorrer sobre a utilização da interpretação patrimonial como elemento para aprimorar a experiência de visitantes em museus.	Pesquisa Bibliográfica	Fichamento de leituras	Construção do marco teórico
OE2: Dissertar sobre a relação da sociedade com as memórias da guerra e a História Militar	Pesquisa Bibliográfica	Fichamento de leituras	Construção do marco teórico
	Pesquisa de campo	Entrevista não estruturada	Construção do marco teórico
		Roteiro de observação	Método comparativo
OE3: Caracterizar as motivações e percepções dos visitantes do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), para compreender sua relação com o acervo.	Pesquisa de campo	Questionário	Análise descritiva dos dados

FONTE: A autora (2018)

4.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Em relação aos instrumentos de coleta de dados, para a pesquisa bibliográfica utilizou-se o fichamento de leituras, ou seja, a divisão de temas e autores importantes para a pesquisa, conforme apresentado no QUADRO 3.

QUADRO 3 – FICHAMENTO DE LEITURAS

TEMAS	PRINCIPAIS AUTORES
Interpretação patrimonial	MORALES, 2005; MURTA; GOODEY, 2002; COSTA, 2009.
Planejamento interpretativo	MORALES, 2005; RUDZEWICZ; LANZE; SCHAFE, 2010.
Plano interpretativo	MURTA; GOODEY, 2002
Interpretação do patrimônio como ferramenta de valorização/dinamização	CABADO; MARCO, 2001; BIESEK, 2004; MURTA; ALBANO, 2002.

FONTE: A autora (2018)

Para a busca de informações referentes à história dos museus e a formação dos seus acervos, também se utilizou na pesquisa bibliográfica o fichamento de leituras (QUADRO 4).

QUADRO 4 – FICHAMENTO DE LEITURAS

TEMAS	PRINCIPAIS AUTORES
Museu do Expedicionário de Curitiba (PR)	OLIVEIRA, 2011; PREFEITURA DE CURITIBA, 2015; MINISTÉRIO DA DEFESA, 2017.
Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC)	OLIVEIRA NETO, 2016; MUSEU DA PAZ, 2015; JORNAL DO VALE DO ITAPOCU, 2016; TRENTINI, 2018; A NOTÍCIA, 2014.
Museu da FEB de Petrópolis (RJ)	MAPA DA CULTURA, 2018; PETROPÓLIS CONVENTION E VISITORS BUREAU, 2018.

FONTE: A autora (2018)

Na pesquisa de campo, um dos instrumentos selecionados foi à entrevista, realizada com os responsáveis pelo Museu da FEB de Petrópolis. Como não foram conseguidas informações suficientes com a pesquisa bibliográfica para caracterizar este museu, utilizou-se a entrevista como um recurso para complementa-las. Em relação aos demais museus, com a pesquisa bibliográfica conseguiu-se todas as informações necessárias para caracteriza-los. A entrevista “é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2006, p.117). Utilizou-se a entrevista não estruturada, que segundo Richardson (2009, p.208) “visa obter do entrevistado o que ele considera os aspectos mais relevantes de um determinado problema, sem a utilização de diversas alternativas pré-formuladas”.

Ainda em relação à pesquisa de campo, outro instrumento utilizado foi o questionário *online*. Um questionário “é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 201). O questionário *online* possui grande alcance, pois possibilita o acesso a um número maior de respondentes. Este foi divulgado em meios como o *Facebook* ou compartilhando pelo *Google Forms*. O questionário utilizado foi adaptado a partir do modelo do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) (ANEXO 1). É

composto por questões fechadas e de múltipla escolha, tendo somente uma questão aberta. O questionário teve como finalidade caracterizar o visitante do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) e compreender suas percepções sobre o acervo.

O último instrumento utilizado na pesquisa de campo foi o roteiro de observação. Conforme Gil (2006, p. 114) “o pesquisador, antes da coleta de dados, elabora um plano específico para a organização e o registro das informações”. O roteiro de observação (APÊNDICE 1) elaborado possui três seções para a análise dos seguintes aspectos nos museus: ambiente; acervo e expositores, mobiliários e mídias.

4.4 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados obtidos com o fichamento de leituras foram utilizados para a construção do marco teórico, especificamente no capítulo 1 para o tema referente à interpretação patrimonial, planejamento interpretativo e plano interpretativo. No capítulo 2, auxiliou no entendimento do tema relacionado aos museus da Força Expedicionária Brasileira. As informações coletadas com a realização da entrevista não estruturada com os responsáveis do Museu da FEB de Petrópolis (RJ) complementaram os dados conseguidos com a utilização do fichamento de leituras.

A partir dos dados coletados com o questionário *online*, foram elaborados gráficos examinados por meio da análise descritiva. A coleta de dados ocorreu durante o período de 13 de Julho a 13 de Setembro de 2018. Esperava-se uma quantidade em torno de 30 a 60 questionários respondidos, sendo obtidos 47. Inicialmente o questionário foi divulgado no *Facebook*, onde se obteve 18 respostas. Em seguida, a estratégia adotada foi o encaminhamento do *link* do questionário aos visitantes contatados no *Tripadvisor* e *Instagram*. No *Tripadvisor*, foram contatadas as pessoas que escreveram avaliações, positivas e negativas, na página do Museu do Expedicionário, totalizando 19 respostas. No *Instagram* foram contatadas as pessoas que publicaram fotos com a localização do museu, totalizando 10 respostas.

Em relação ao roteiro de observação, este foi aplicado em três museus sendo o Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), o Museu da Paz de Jaraguá do

Sul (SC) e o Museu da FEB de Petrópolis (RJ). O roteiro foi primeiramente aplicado no Museu do Expedicionário de Curitiba em Maio de 2018. Antes da realização do roteiro, ocorreu o acompanhamento de uma visita monitorada de um grupo escolar. Após a aplicação, foram necessárias algumas alterações na estrutura do roteiro para possibilitar a distribuição dos dados nas seções.

O Museu da Paz de Jaraguá do Sul foi o segundo museu escolhido para a aplicação do roteiro realizada em Maio de 2018. Não ocorreu o acompanhamento de visitas monitoradas, entretanto a uma das funcionárias responsáveis pelas ações educativas, realizou uma visita exclusiva. As alterações realizadas anteriormente facilitaram a aplicação do roteiro. A terceira e última aplicação ocorreu no Museu da FEB de Petrópolis em Junho de 2018. Realizou-se o acompanhamento de uma visita monitorada com turistas.

Os dados obtidos foram analisados por meio do método comparativo que segundo Gil (2006, p. 34) “procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles”. Foram selecionados cinco aspectos para as comparações dos museus sendo acessibilidade, divisão temática, contextualização histórica, organização dos expositores e expositores.

Encerrada a discussão sobre os procedimentos metodológicos, o próximo capítulo apresentará a análise dos resultados obtidos nos museus da Força Expedicionária Brasileira, no caso, o Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), o objeto de estudo da pesquisa, do Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC) e do Museu da FEB de Petrópolis (RJ).

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS MUSEUS DA FORÇA EXPEDICIONÁRIA BRASILEIRA

Neste tópico serão apresentados os dados obtidos por meio da entrevista realizada no Museu da FEB de Petrópolis (RJ), do questionário aplicado no Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) e do roteiro de observação realizado em três museus (Museu do Expedicionário de Curitiba - PR, no Museu da Paz de Jaraguá do Sul - SC e no Museu da FEB de Petrópolis - RJ).

5.1 ENTREVISTA

Como explicado no capítulo anterior, a entrevista do tipo não estruturada foi realizada somente no Museu da FEB de Petrópolis (RJ) com seus responsáveis. Durante a entrevista realizada no dia 14 de Junho de 2018, Deise e Paulo, contaram informações referentes ao cotidiano do museu e as atividades realizadas pela ANVFEB, cuja sede regional é no museu. Os responsáveis também mencionaram questões relacionadas à administração do espaço e ao apoio recebido pelo 32º Batalhão de Infantaria Leve de Petrópolis para as reformas no prédio. Por último, curiosidades sobre os objetos do acervo foram relatadas. As informações coletadas com a entrevista foram utilizadas para complementar a construção do marco teórico, especificamente em relação à caracterização do Museu da FEB de Petrópolis (RJ) no capítulo 2.

5.2 QUESTIONÁRIO

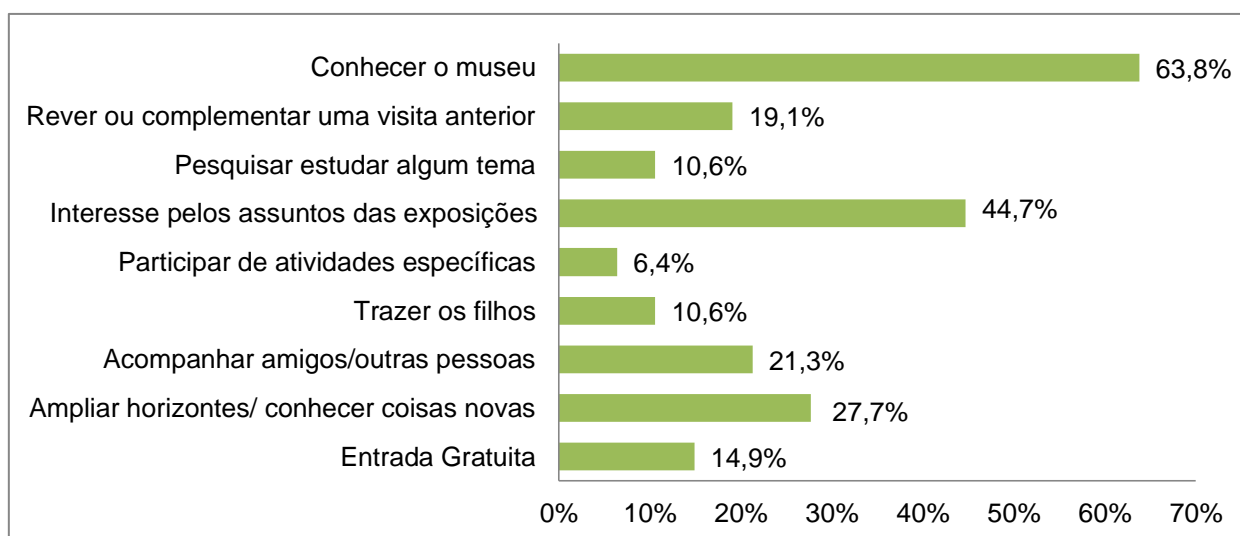
Por meio da aplicação do questionário (APÊNDICE 2) foram coletadas informações sobre os visitantes do Museu do Expedicionário de Curitiba e suas percepções. Em pesquisa realizada com 47 pessoas, as questões, anônimas, tiveram como finalidade compreender as motivações da visita, a relação do visitante com o museu e identificar o perfil do visitante.

5.2.1 Motivações da visita

Analisando a seção do questionário voltada a compreender as motivações das visitas ao Museu do Expedicionário de Curitiba, identificou-se que a maioria dos visitantes, 59,6%, visitou anteriormente o museu, sendo que para 40,4%, a visita foi à primeira ao museu. Entre as perguntas feitas nessa seção, destaca-se que a maioria das visitas foi realizada entre 1 e 2 anos (36,2%), entre 6 meses e 1 ano (29,8%) e há 2 e 3 anos (21,3%). As demais opções não tiveram números expressivos.

Sobre os meios pelos quais os visitantes conseguiram informações a respeito do Museu do Expedicionário, ressalta-se a internet (42,6%), recomendações de amigos (36,2%), passando em frente ao museu (31,9%) e recomendações de professores (26%). A questão seguinte refere-se às motivações da visita (GRÁFICO 1). Para esta questão de múltipla escolha, os pesquisados indicaram quais foram suas principais motivações para visitarem o museu. Apresentam-se dados significativos em relação ao item “conhecer o museu” (63,8%), o “interesse pelos assuntos das exposições” (44,7%) e a “busca por ampliar horizontes/conhecer coisas novas” (27,7%).

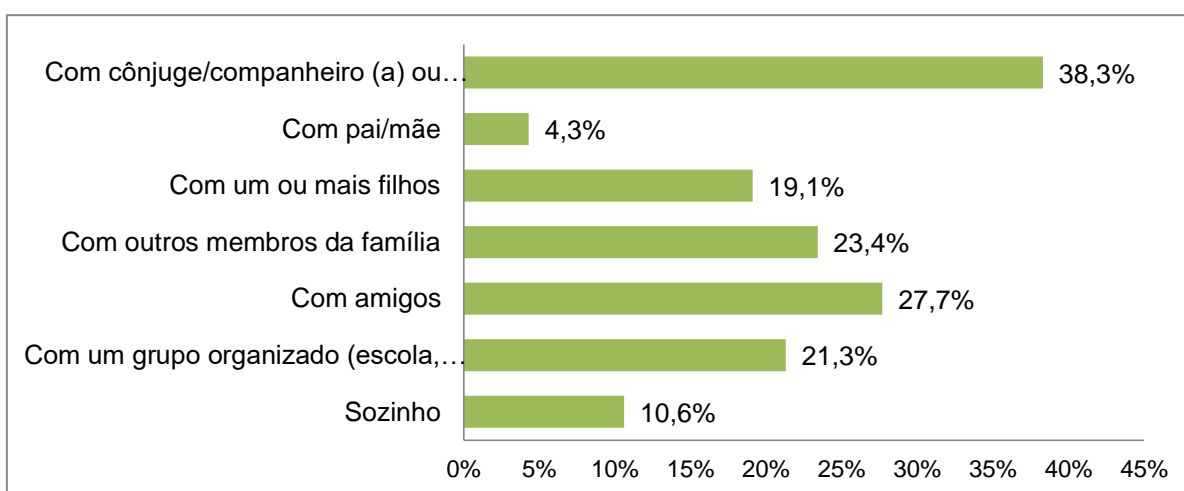
GRÁFICO 1 – PRINCIPAIS MOTIVOS DA VISITA



FONTE: A autora (2018)

Em relação aos tipos de acompanhantes, conforme o GRÁFICO 2, a maioria dos visitantes é acompanhada por cônjuge/companheiro (a) ou namorado (a) (38,3%), amigos (27,7%), outros membros da família (23,4%), grupo organizado, no caso, escola, universidade e excursão turística (21,3%) ou com um ou mais filhos (19,1%). Assim, o público que visita o museu tem predominantemente características familiares.

GRÁFICO 2 – TIPOS DE ACOMPANHANTES



FONTE: A autora (2018)

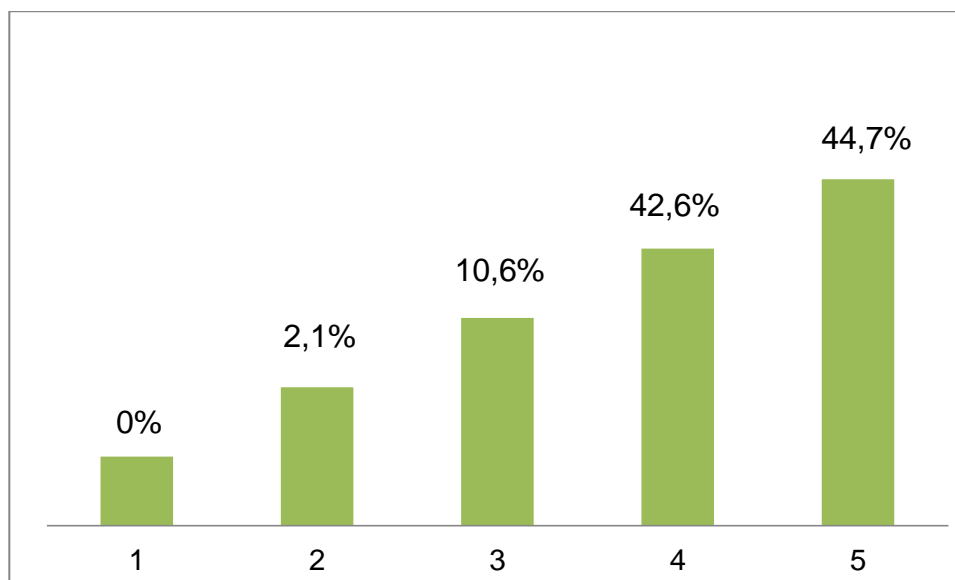
Apesar da pouca expressividade entre as respostas dos pesquisados, os grupos escolares e universitários possuem uma significativa presença entre os visitantes do museu. Conforme as informações conseguidas com a equipe do Museu do Expedicionário de Curitiba, o museu recebe frequentemente esse público para visitas monitoradas.

5.2.2 A relação do visitante com o museu

A seção inicia questionando quanto o acervo contribuiu para o aprendizado do visitante sobre a história da FEB e a sua participação na Segunda Guerra Mundial. Para isso, os visitantes avaliaram a experiência por meio de uma escala, considerando 1 para não adquirir conhecimentos e 5 para adquirir muitos conhecimentos. Percebeu-se, com base nas respostas, que para os visitantes o

acervo contribuiu significativamente na aquisição de conhecimentos, com isso as respostas concentraram-se nos níveis 4 (42,6%) e 5 (44,7%), conforme visto no GRÁFICO 3.

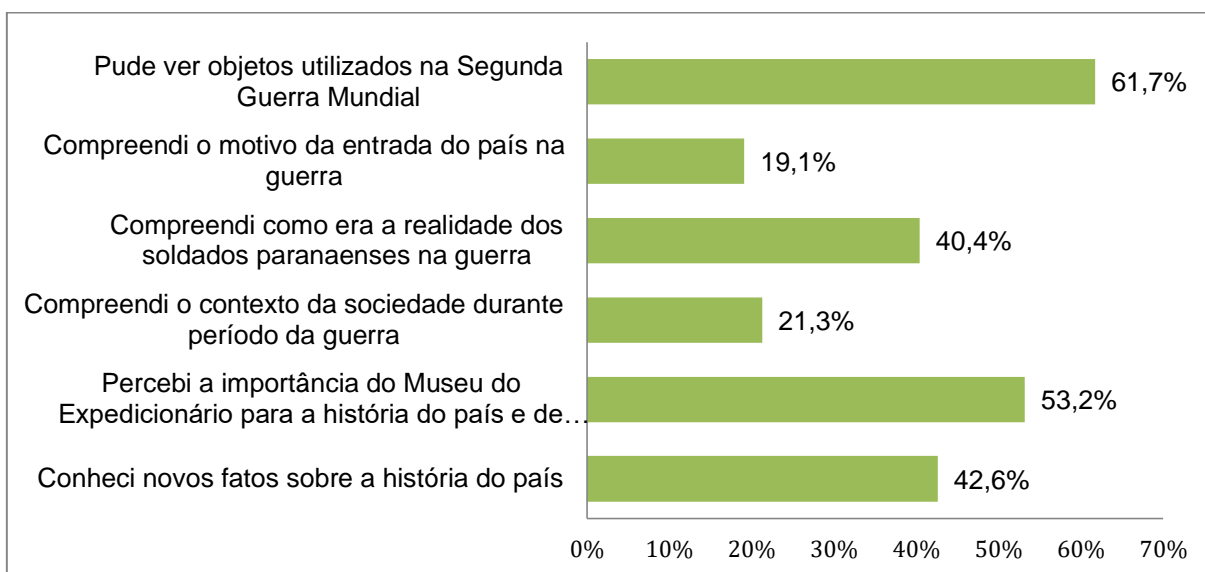
GRÁFICO 3 – NÍVES DE CONTRIBUIÇÃO DO ACERVO



FONTE: A autora (2018)

Na pergunta seguinte, que era de múltipla escolha, foram analisados quais os novos conhecimentos agregados durante a visita ao museu como apresentado no GRÁFICO 4. Os itens com dados mais relevantes foram: “pude ver objetos utilizados na Segunda Guerra Mundial” (61,7%), “percebi a importância do Museu do Expedicionário para a história do país e de Curitiba” (53,2%), “conheci novos fatos sobre a história do país” (42,6%) e “compreendi a realidade dos soldados paranaenses na guerra” (40,4%).

GRÁFICO 4 – NOVOS CONHECIMENTOS AGREGADOS PELA VISITA AO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO



FONTE: A autora (2018)

Esta seção possuía uma questão aberta para os pesquisados comentarem sobre suas experiências e percepções durante a visita ao Museu do Expedicionário. Com base nos comentários obtidos estes foram classificados em quatro tipos, conforme apresentado no QUADRO 5. O primeiro refere-se aos comentários que definem a visita ao Museu do Expedicionário como interessante. O segundo tipo refere-se aos comentários sobre o contato com a história do Brasil e da Segunda Guerra. O terceiro tipo refere-se aos comentários sobre a importância histórica e diversidade do acervo. O quarto tipo refere-se às sugestões e críticas.

QUADRO 5 – COMENTÁRIOS DAS EXPERIÊNCIAS E PERCEPÇÕES DOS VISITANTES
DURANTE A VISITAÇÃO NO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO

1	Comentários que definem a visitação ao Museu do Expedicionário como interessante
	Muito interessante, descobri diversas coisas novas e fatos históricos que não devem passar despercebidos nem serem esquecidos (PESQUISADO 3).
	É um museu muito interessante, agrega conhecimento a todos que o visitam (PESQUISADO 12).
	Achei bem interessante, já que no ensino brasileiro não contam muito como o Brasil se envolveu nas guerras em geral (PESQUISADO 8).
2	Comentários sobre o contato com a história do Brasil e da Segunda Guerra
	O museu resgata a memória da participação do Brasil na guerra e dos soldados paranaenses (PESQUISADO 6).
	Muito interessante, ter a história contada de outra maneira. Saber o que se passava naquela época. Foi muito enriquecedor para o meu aprendizado (PESQUISADO 17).
	Ótimo para quem gosta dessa parte da história (guerras), pois tem muitas informações (PESQUISADO 46).
3	Comentários sobre a importância histórica e diversidade do acervo
	Adoro ver os artefatos originais e saber que ele "estiveram lá" (presentes na guerra), gosto da parte da imprensa e da época também (PESQUISADO 13).
	Muito interessante. Principalmente pelos objetos, que ajudam a dar a dimensão da realidade da época (PESQUISADO 15).
	O museu tem um ótimo acervo sobre a Segunda Guerra. Ótimo para conhecer a história (PESQUISADO 19).
4	Sugestões e críticas
	O museu só fica devendo algumas interatividades além da visita guiada (PESQUISADO 7).
	Assuntos interessantes, mas apresentado de forma que não valoriza o objeto (PESQUISADO 39).
	Poderia ter um guia, explicando fatos da época, curiosidades e o contexto histórico conforme passamos pelos objetos (PESQUISADO 18).

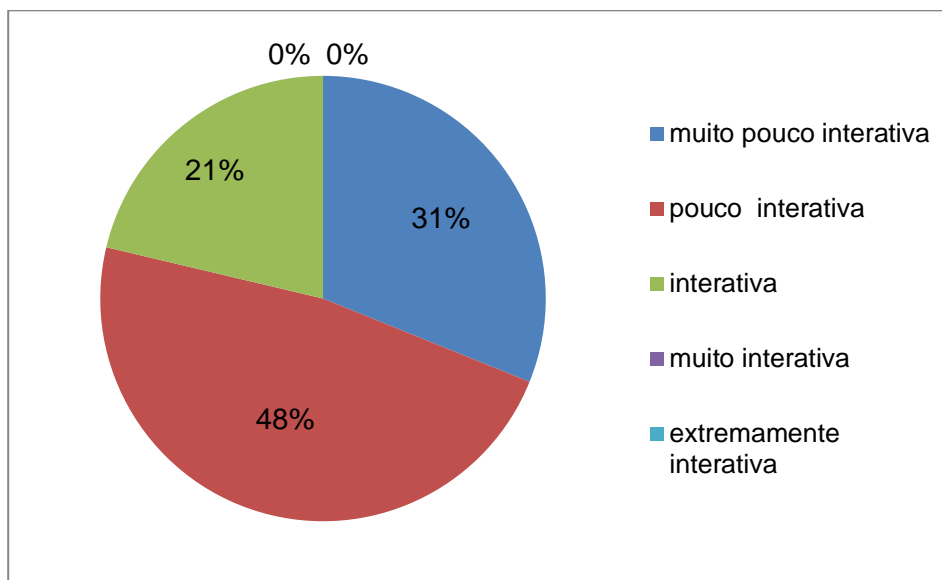
FONTE: A autora (2018)

De maneira geral, uma significativa parte dos pesquisados mencionam nos comentários interesse pelos objetos expostos no acervo e pela capacidade de aprender novos fatos e informações sobre o próprio país. Em relação às sugestões e críticas, menciona-se a necessidade de incorporar novas abordagens na apresentação no acervo que permitam a interação.

Na seguinte questão, para avaliar a interatividade da experiência dos visitantes no Museu do Expedicionário, os pesquisados utilizaram uma escala, considerando 1 muito pouco interativa e 5 extremamente interativa. Conforme o GRÁFICO 5, as respostas concentraram-se nos itens muito pouco interativa (31%), pouco interativa (48%) e interativa (21%). Verificou-se entre os pesquisados, que o

Museu do Expedicionário não proporciona uma experiência considerada interativa, sendo essa percepção influência da abordagem contemplativa do acervo.

GRÁFICO 5 – AVALIAÇÃO DA INTERATIVIDADE DA EXPERIÊNCIA NO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO



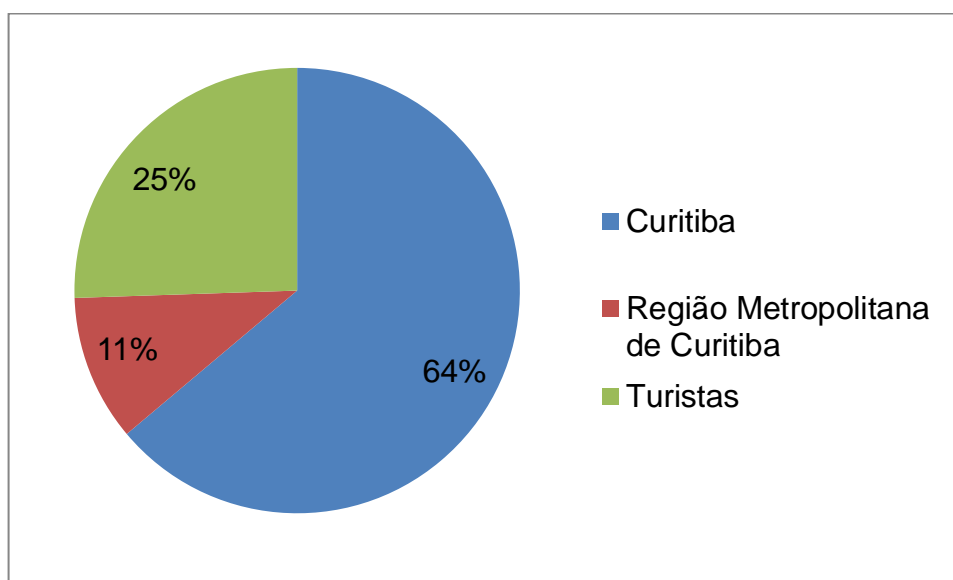
FONTE: A autora (2018)

Com base nas percepções proporcionadas pela questão anterior, os pesquisados foram questionados sobre a necessidade de renovar a abordagem do Museu do Expedicionário para uma forma mais interativa. Como resultado, 75% das respostas concordam com a necessidade de renovar a abordagem no museu, enquanto 25% não consideram necessário.

5.2.3 Perfil dos visitantes

A última seção preocupou-se com a identificação do perfil dos visitantes do Museu do Expedicionário. Em relação à origem dos visitantes, 64% do pesquisados são residentes de Curitiba, 25% são turistas e 11% residentes da Região Metropolitana de Curitiba (GRÁFICO 6). Foi identificado que o público é 57,6% masculino e 42,6% feminino.

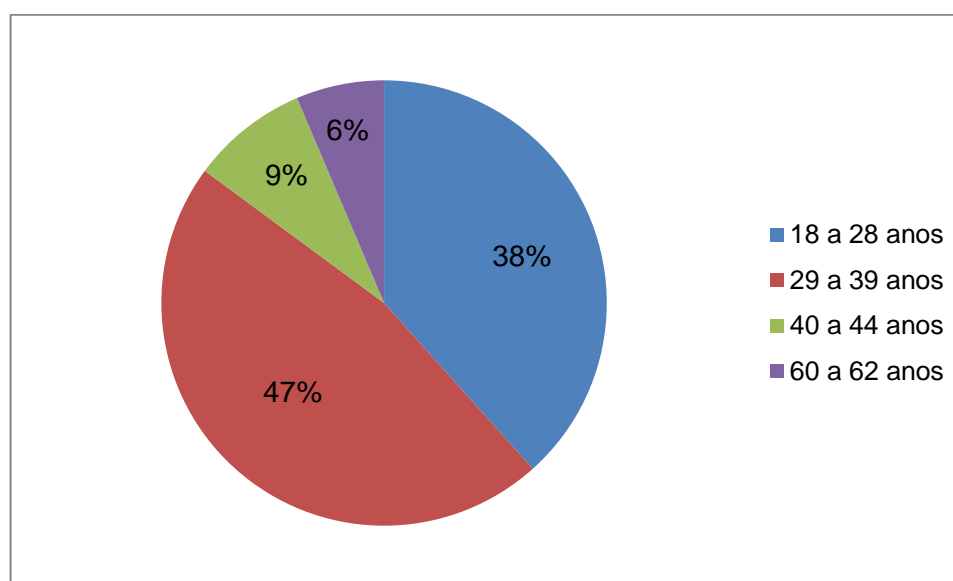
GRÁFICO 6 – ORIGEM DOS VISITANTES DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO



FONTE: A autora (2018)

Sobre a faixa etária dos visitantes (GRÁFICO 7), números expressivos foram encontrados nas idades de 29 a 39 anos (47%) e de 18 a 28 anos (38%). Visitantes entre os 40 e 44 anos e 60 a 62 anos, também responderam o questionário.

GRÁFICO 7 – FAIXA ETÁRIA DOS VISITANTES



FONTE: A autora (2018)

Ainda sobre o perfil dos visitantes, em relação ao estado civil, 46,8% dos pesquisados estão casado ou estão em uma união estável, enquanto 38,3% estão solteiros. Sobre a escolaridade, 53,2% dos pesquisados possui Ensino Superior completo, 23,4% Ensino Superior Incompleto (cursando) e 12,8% tanto para Ensino Médio completo e Pós- graduação. Por fim, sobre o desempenho de atividade remunerada, 42,6% são empregados do setor privado, 19,1% são empregados do setor público, 14,9% bolsistas ou estagiários e 10,6% autônomos.

5.3 ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

Foram aplicados três roteiros de observação estruturados nos seguintes museus: Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC) e Museu da FEB de Petrópolis (RJ).

5.3.1 Análise do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR)

A primeira seção do roteiro proporciona uma visão geral da organização do espaço. Intenciona-se compreender qual é a primeira impressão percebida ao entrar no museu. No Museu do Expedicionário, as informações referentes à sua criação e ao seu acervo são encontradas na parte externa do prédio, em um totem de informação turística da Prefeitura de Curitiba. Na recepção, não há materiais que apresentem essas informações. Em relação ao espaço interno, o MEXP, possui amplas salas que possibilitam uma boa distribuição dos expositores no espaço sem demonstrar a impressão que estão lotadas ou cheias. O acervo é iluminado em diversos ângulos, pois há suportes com lâmpadas posicionados nas paredes.

A monitoria do museu é direcionada para grupos escolares. Ela inicia com a apresentação do documentário “Brasil na Segunda Guerra” produzido pelo *National Geographic* e do vídeo institucional. Após a exibição dos vídeos, o grupo é orientado para as salas do museu, onde a monitora procura manter um diálogo entre as informações apresentadas nos vídeos com os objetos do acervo. Por último, ainda nesta seção, alguns aspectos de acessibilidade foram analisados. Na parte externa e interna do museu, há escadas com muitos degraus, apesar do apoio do corrimão, não há opções como rampas ou elevadores.

A segunda seção é responsável por identificar os tipos de expositores utilizados e como os objetos estão organizados neles. As vitrines em formato quadrado ou retangular são os expositores predominantes nas salas do museu. Esses expositores possuem uma quantidade adequada de objetos expostos. A altura dos expositores permite visualizar os objetos facilmente. Percebe-se (dependendo do interesse do visitante) a necessidade de inclinar-se para visualizar objetos menores ou colocados nos cantos do expositor. Os objetos, na maioria das vitrines, estão dispostos de acordo com uma mesma temática como uniformes, medalhas, instrumentação médica e engenharia. Alguns objetos expostos estão fora de contexto com o tema da sala em que se encontram como, por exemplo:

1. Em uma sala que apresenta objetos referentes à Alemanha durante a guerra, há um uniforme de soldado japonês;
2. Há uma sala com armamentos e artilharia de guerra na vitrine e cartas alemãs expostas na parede;

O acervo é apresentado por meio de placas (contextualização da entrada do Brasil na guerra), painéis com fotos e textos impressos (apresentam a história da LPE), quadros (jornais e telegramas), fotografias, manequins (uniformes), reconstrução de cenários (Inverno de 1944/45 e Posição de artilharia), miniaturas (aviões, blindados e navios), mapas, maquetes (representam o território em que as tropas brasileiras lutaram na Itália) e vitrines (medalhas, capacetes, armas, instrumentos médicos e etc.). Sobre as legendas, identificaram-se dois tipos: descritivas e detalhadas. A primeira menciona somente o que é o objeto e a segunda apresenta informações como o contexto de criação e utilização. Quando há diversos objetos expostos na vitrine, é atribuído a eles um número que através da legenda permite identifica-lo.

A terceira seção permite conhecer os objetos que compõem o acervo do museu. O Museu do Expedicionário possui um acervo com tamanho inigualável, são uniformes de diversas patentes (oficiais, sargentos) e nacionalidades, medalhas, bandeiras, capacetes, jornais, armas brancas (espadas e baionetas) e uma incrível quantidade de armas de fogo (destaque para a metralhadora MG42, bazuca, rifles).

5.3.2 Análise do Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC)

Seguindo os aspectos analisados anteriormente, o Museu da Paz de Jaraguá do Sul, não dispõem de informações referentes à sua criação e ao seu acervo na parte externa ou interna. Entre a 1º e a 2º sala, há um banner abordando a importância de discutir as memórias da guerra com as novas gerações. Sobre o espaço interno, as salas do museu são pequenas. O acervo é iluminado por lâmpadas em trilhos posicionadas no teto. Em uma das salas há incidência de luz natural pelas janelas. Nas demais, a iluminação é somente pelas lâmpadas com as persianas fechadas. Em algumas vitrines, seria ideal uma iluminação especial, pois seu interior é escuro e dificulta a observação do objeto.

A monitoria do museu é direcionada para grupos escolares. A grande maioria das visitas ocorre por meio de agendamento ou por convites as escolas. A monitoria inicia com uma breve apresentação da história do museu ao grupo. Após essa introdução, a monitora acompanha o grupo pelas salas do museu, relacionando os acontecimentos da guerra com os objetos expostos. Em relação à acessibilidade, no interior do museu, o principal dilema são os diferentes tipos de piso entre as salas. Na 1º sala o piso é plano e há um degrau para a segunda sala. Nesta o piso é de tijolo e há um degrau para a terceira sala que possui piso plano. Na quarta sala o piso é de paralelepípedos.

Observou-se que a grande maioria dos expositores são vitrines com formato retangular dispostas na vertical. Como o espaço do museu é pequeno, verticalizaram os expositores para permitir a circulação. Os expositores possuem uma quantidade adequada de objetos expostos. Dentro das vitrines são recriados cenários, entretanto as peças são de diferentes períodos (objetos da Primeira Guerra são apresentados junto com objetos da Segunda Guerra), países ou temática como, por exemplo:

1. Em uma vitrine há um uniforme alemão, talheres e capacetes americanos, granadas alemãs e americanas;
2. Há um manequim vestindo peças de uniformes de diferentes países (calça do uniforme da FEB e capote de lã dos Estados Unidos);

3. Na maior vitrine há diversos objetos desde uniformes, armas e objetos da FEB e do Exército dos Estados Unidos. Os uniformes são apresentados de forma aleatória;
4. Há *banners* referentes à Guerra Fria e a Ditadura Militar, entretanto eles não se relacionam com os objetos expostos.

O acervo é apresentado por meio de quadros, fotografias, manequins (uniformes), mapas, *banners* e principalmente vitrines (capacetes, medalhas, instrumentação médica, espadas, armas de fogo, munições e cartuchos). Outro aspecto importante são as legendas, que são em sua maioria, descritivas. Quando há diversos objetos expostos na vitrine, é atribuído a eles um número que através da legenda permite identifica-lo. Entretanto, os objetos não seguem uma sequência numérica na apresentação.

Percebeu-se que o museu possui um acervo com uma grande variedade de objetos de diferentes países, principalmente Alemanha e Estados Unidos. Destacam-se a diversidade de uniformes da FEB, do Exército e da Marinha dos Estados Unidos, da Inglaterra, da Alemanha e peças de uniformes do Exército Polonês. Estão expostos no museu, em uma sala exclusiva, os trabalhos elaborados por alunos para Mostra “Princípios para a Construção da Paz”.

5.3.3 Análise do Museu da FEB de Petrópolis (RJ)

O Museu da FEB de Petrópolis apresenta informações referentes à sua criação e ao seu acervo. Na parte externa, em frente ao Palácio Rio Negro, há uma placa de informação turística pertencente ao roteiro do Centro Histórico. A placa está em Português e Inglês e possui um *QR Code* do Aplicativo Petrópolis. O folder entregue no museu apresenta um sumário histórico abordando a criação da FEB e as batalhas na Itália. Na parte posterior do folder há informações sobre o histórico, finalidade e acervo do museu.

A respeito do espaço interno, apesar das salas serem pequenas, não demonstram a impressão de estarem cheias de objetos, entretanto na maioria das paredes há uma quantidade significativa de quadros e fotografias. Na terceira sala,

os expositores com os uniformes estavam muito próximos, impossibilitando visualizar inteiramente as peças. O acervo é iluminado por lâmpadas no teto.

Durante a visita ao museu, todos os visitantes são acompanhados por um dos responsáveis, Paulo ou Deise, casal de irmãos filhos de um veterano da FEB. O museu não costuma receber com frequência grupos escolares. A monitoria inicia, com o relato de um dos irmãos sobre o pai, ex-combatente da FEB. Ao longo da monitoria, os acontecimentos e fatos retratados nas fotos são contextualizados com os objetos expostos. Sobre a acessibilidade, apesar de o museu estar localizado atrás do Palácio Rio Negro, o percurso até a sua entrada é asfaltado e plano. No interior do museu, as salas possuem pisos planos e entre delas há uma rampa.

Os expositores utilizados no museu são vitrines retangulares posicionadas na vertical e horizontal, além de estantes de madeira e aço. Nos expositores verticais, alguns objetos estão expostos em uma altura muito baixa, longe da linha de visão do visitante. Os expositores são organizados conforme o tipo de objeto como uniformes, capacetes, armas e munições, objetos pessoais. Entretanto percebeu-se que:

1. Algumas vitrines estavam com muitas peças expostas, aparentando estarem cheias;
2. Em uma vitrine, eram expostos três conjuntos de uniformes, porém devido ao pequeno espaço não era possível visualiza-los perfeitamente.

O acervo é apresentado por meio de placas, quadros, fotografias, manequins (uniformes) e vitrines (uniformes, moedas, armas de fogo, objetos pessoais, lanternas, kit de primeiros socorros, granadas e munições). As legendas são descritivas, mas além de abordar o objeto, mencionam o doador do objeto.

Apesar do Museu da FEB de Petrópolis ser pequeno, seu acervo é maior que do Museu da Paz de Jaraguá do Sul. O acervo do museu apresenta uma quantidade considerável de bandeiras, fotografias, capacetes, uniformes. Um dos mais importantes materiais do acervo é o quadro em homenagem aos heróis petropolitanos. São os cinco soldados que morreram em combate na Segunda Guerra. Neste quadro, há a biografia de cada soldado e um breve relato de sua atuação na FEB.

5.3.4 Comparação da forma de apresentação do acervo

Visando facilitar a apresentação dos dados, para esta parte da análise de resultados o Museu do Expedicionário de Curitiba será identificado como **M1**, o Museu da Paz de Jaraguá do Sul como **M2** e o Museu da FEB de Petrópolis como **M3**. Para a comparação foram selecionados cinco aspectos básicos possíveis de serem analisados e comparados entre os três museus. Os aspectos foram à acessibilidade, divisão temática, contextualização histórica, organização dos expositores e expositores.

a) Acessibilidade

Os três museus possuem dificuldades relacionadas à acessibilidade de seus espaços. Todos estão localizados em prédios históricos, o **M1** em um prédio construído na década de 1950, o **M2** está em uma antiga Estação Ferroviária e o **M3** em uma construção do final do século XIX. Dessa forma, seus espaços possuem algumas limitações como salas pequenas (**M2** e **M3**), escadas (**M1**) e desníveis no piso (**M2**).

b) Divisão temática:

Em relação à divisão temática, no **M1**¹⁵ cada sala é dedicada a certos temas. Algumas salas apresentam mais de um tema, entretanto a divisão temática fica clara. Outros temas possuem salas exclusivas como a Sala FAB e Guerra Aérea e a Sala Enfermagem. No **M2**, nas duas primeiras salas do museu, a divisão temática é clara. Na 1ª está à exposição particular do General de Brigada Militar. Na 2ª sala, estão expostos os trabalhos realizados por alunos que participaram da Mostra “Princípios para a Construção da Paz”. Na 3ª e 4ª sala, diferentes objetos são expostos juntos nos expositores, independente do tema e período. Já no **M3**, as salas não apresentam uma divisão temática.

¹⁵ **M1** – Museu do Expedicionário de Curitiba
M2 – Museu da Paz de Jaraguá do Sul
M3 – Museu da FEB de Petrópolis

c) Contextualização histórica

Entende-se como contextualização histórica a apresentação de informações referentes aos motivos da participação do Brasil na Segunda Guerra, a criação da FEB ou contexto socioeconômico da década de 1940. O **M1**¹⁶ apresenta na primeira sala do térreo, placas informativas sobre o motivo da entrada do país na guerra e atuação da FEB na Itália (FIGURA 9).

FIGURA 9 – PLACAS INFORMATIVAS SOBRE O TEATRO DE OPERAÇÕES DA ITÁLIA NO M1.



FONTE: A autora (2018).

O **M2** não apresenta em seus espaços informações referentes aos assuntos mencionados anteriormente. O **M3** apresenta uma grande quantidade de fotografias referentes à atuação da FEB na Itália (FIGURA 10).

¹⁶ **M1** – Museu do Expedicionário de Curitiba
M2 – Museu da Paz de Jaraguá do Sul
M3 – Museu da FEB de Petrópolis

FIGURA 10 – FOTOGRAFIAS NO M3.



FONTE: A autora (2018).

Conclui-se que o **M1** utiliza recursos de textos aliados com imagens de mapas, enquanto o **M3** utiliza somente imagens com legendas, considerando o fato que algumas dessas legendas estavam desbotando pela ação do tempo.

d) Organização dos expositores

Entende-se como organização dos expositores a forma como os objetos estão dispostos, conforme uma mesma temática ou período. No **M1**¹⁷, nos expositores os objetos são apresentados de acordo com a mesma temática, como por exemplo, instrumentos utilizados por engenheiros da FEB. Além disso, há expositores exclusivos para expor diversos exemplares de determinados objetos como miniaturas de aviões (FIGURA 11).

¹⁷ **M1** – Museu do Expedicionário de Curitiba
M2 – Museu da Paz de Jaraguá do Sul
M3 – Museu da FEB de Petrópolis

FIGURA 11 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M1



FONTE: A autora (2018)

No **M2**, em algumas vitrines os objetos não estão organizados conforme a temática ou período. Conforme a FIGURA 12, capacetes, objetos pessoais, munições e peças de uniformes de diferentes países (Alemanha, Estados Unidos) estão expostos em uma mesma vitrine.

FIGURA 12 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M2



FONTE: A autora (2018)

No **M3**, as vitrines seguem a organização temática com vitrines exclusivas para armas e munições, objetos pessoais e uniformes (FIGURA 13).

FIGURA 13 – EXEMPLOS DE ORGANIZAÇÃO DE EXPOSITORES NO M3



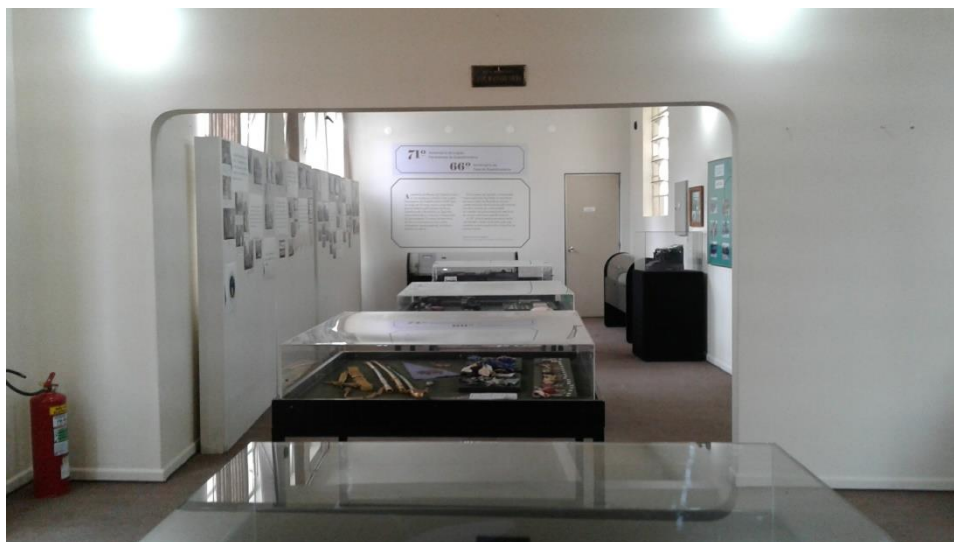
FONTE: A autora (2018)

A organização dos expositores conforme a temática ou período é um aspecto importante, pois transmite uma sensação de uniformidade, facilita na observação do acervo e na compreensão das informações.

e) Expositores

Nos três museus os expositores mais utilizados são as vitrines em formato quadrado e retangular posicionadas na horizontal e vertical (FIGURA 14, 15 e 16). O **M3** é o único a utilizar estantes de madeira e aço.

FIGURA 14 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M1



FONTE: A autora (2018)

FIGURA 15 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M2



FONTE: A autora (2018)

FIGURA 16 – EXEMPLOS DE VITRINES NO M3



FONTE: A autora (2018)

De acordo com o QUADRO 6, percebe-se que os três museus analisados possuem alguns aspectos em comum na forma de apresentação do acervo.

QUADRO 6– COMPARAÇÃO DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DO ACERVO

ACESSIBILIDADE	
M1	O museu possui limitações físicas devido às escadas.
M2	O museu possui limitações físicas devido às salas pequenas e os desníveis no piso.
M3	O museu possui limitações físicas devido às salas pequenas.
DIVISÃO TEMÁTICA	
M1	Há divisão temática no acervo. Algumas salas possuem temas específicos. Outras salas abordam mais de um tema, mas a divisão temática está clara.
M2	Somente parte do acervo possui divisão temática.
M3	Não há divisão temática.
CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	
M1	Apresenta informações sobre o motivo da entrada do país na guerra e atuação da FEB na Itália.
M2	Não apresenta em seu acervo informações sobre o contexto histórico.
M3	Apresenta fotografias referentes à atuação da FEB na Itália.
ORGANIZAÇÃO DOS EXPOSITORES	
M1	Os objetos são apresentados de acordo com a mesma temática nos expositores.
M2	Os objetos não estão organizados conforme a mesma temática ou período em alguns expositores.
M3	Os objetos são apresentados de acordo com a mesma temática nos expositores.
EXPOSITORES	
M1	Utilização predominante de vitrines como expositores.
M2	Utilização predominante de vitrines como expositores.
M3	Utilização predominante de vitrines como expositores.

FONTE: A autora, 2018.

Percebeu-se que o Museu do Expedicionário de Curitiba (**M1**), o Museu da Paz de Jaraguá do Sul (**M2**) e o Museu da FEB de Petrópolis (**M3**) possuem uma abordagem contemplativa para apresentar seus acervos, como será explanado na discussão dos resultados da pesquisa de campo.

5.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS NOS MUSEUS DA FORÇA EXPEDICIONÁRIA BRASILEIRA

A partir das análises realizadas com a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, percebeu-se a existência de um padrão na forma de apresentação do acervo entre o Museu do Expedicionário de Curitiba, objeto de estudo da pesquisa, o Museu da Paz de Jaraguá do Sul e o Museu da FEB de Petrópolis. Uma das justificativas para a afirmação da existência desse padrão deve-se ao fato que o processo de

criação desses museus ocorreu da mesma maneira. As associações de veteranos foram as responsáveis pela preservação, pesquisa e divulgação da história da FEB, idealizando espaços dedicados a guardar e a expor objetos e documentos referentes à FEB. Ou seja, como mencionado por Oliveira Neto (2016, p.4), “as associações de ex-combatentes e seus respectivos lugares de memórias, entre os quais os museus, fizeram parte do processo de reintegração social dos pracinhas”.

Outra justificativa para a afirmação da existência de um mesmo padrão relaciona-se ao importante papel desempenhado pelo Museu do Expedicionário de Curitiba. Com origens em 1946, o museu destaca-se por ser o mais antigo com essa temática no país. Conforme Oliveira (2011, p.23) “o exame da história do MEXP deixa claro o enorme potencial do museu como entidade científica e cultural”. Seu valioso e significativo acervo, as pesquisas e publicações realizadas durante vinte anos, além da estrutura técnica, auxiliaram a transformar o Museu do Expedicionário de Curitiba em referência para os demais museus, que se espelharam em suas ações.

Além disso, os museus analisados têm como principal característica a abordagem contemplativa de seus acervos com a utilização dos mesmos recursos, sendo estes as vitrines. Os visitantes que participam das ações de monitoria dos museus, conseqüentemente, adquirem visitas “mais dinâmicas”, pois o acervo é contextualizado com outras informações. Nas visitas realizadas sem a monitoria, o visitante consegue somente adquirir informações por meio da observação dos objetos e leitura das legendas.

Com o questionário compreendeu-se o visitante do Museu do Expedicionário e suas percepções sobre este. Constatou-se a significativa presença do público de famílias no museu, em sua maioria, residentes de Curitiba. O público escolar/universitário também está frequentemente presente no museu. Para a maioria dos visitantes, conhecer o museu foi uma das suas principais motivações, indicando que o museu era desconhecido ou uma novidade. A diversidade de temas abordados nas exposições também gera interesse, tornando-se uma das principais motivações.

Verificou-se que a *internet* é a grande fonte de pesquisa sobre o MEXP, assim como as recomendações de amigos. Com base nessa constatação, torna-se

interessante a elaboração de propostas para auxiliar a promoção do museu no projeto. Com a análise do questionário, percebeu-se que os visitantes adquiriram menos conhecimentos relacionados a temas como o motivo da entrada do Brasil na Segunda Guerra e o contexto da sociedade durante a guerra (década de 1940). Dessa forma, esses temas possuem potencial para serem mais desenvolvidos no projeto.

Em relação aos comentários sobre as experiências e percepções dos visitantes sobre o MEXP, a importância histórica e a diversidade do acervo são amplamente mencionadas, assim como a capacidade deste de contribuir para a aquisição de novos conhecimentos. Entretanto, uma parcela dos pesquisados mencionou a necessidade de incorporar novas abordagens na apresentação do acervo permitindo mais interação.

Por meio das análises realizadas, entre os pesquisados percebeu-se a ausência de interatividade, somando os itens “muito pouco interativa” e “pouco interativa”, apresenta-se um total de 79%. Acredita-se que a abordagem contemplativa do acervo tenha contribuído para essa percepção. Dessa forma, a maioria dos pesquisados concordam com a necessidade de renovar a abordagem do museu.

Como visto no marco teórico, os acervos de material militar, como os museus militares, possuem diversas informações com elevado valor histórico e simbólico desconhecidas do público (COELHO, 2011). Dessa forma, a interpretação patrimonial seria a ferramenta adequada, pois ela é entendida “como a arte de revelar o significado e a importância do legado histórico e natural para o visitante” (MORALES, 2002, p.1). Entende-se que a interpretação é a responsável por aprimorar a relação do visitante com o patrimônio visitado. No caso do Museu do Expedicionário de Curitiba, objeto de estudo da pesquisa, além de revelar novas informações, a interpretação auxiliaria a tornar mais ativa a participação do visitante com o acervo.

A interpretação patrimonial também pode promover a valorização do patrimônio, proporcionando a diversificação dos produtos e abrindo novos espaços para diferentes nichos turísticos (MURTA, ALBANO, 2002). É por meio dessa ferramenta, que se vislumbra uma oportunidade para desenvolver o segmento

turismo militar, visto que “os museus militares conseguem atrair um número considerável de visitantes, adquirindo valor estratégico no desenvolvimento do segmento” (COELHO, 2011, p. 28).

Como resultado dessas análises, propõem-se como projeto a elaboração de um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba, aplicando os conceitos e etapas da interpretação patrimonial visando aprimorar a experiência do visitante no museu.

6 PLANO INTERPRETATIVO DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO DE CURITIBA (PARANÁ)

Neste tópico é apresentada a proposta desenvolvida com base nos conteúdos abordados e nos resultados obtidos com a pesquisa. Abaixo são descritos o projeto, suas etapas de execução, recursos humanos envolvidos, orçamento e avaliação do retorno de investimento.

6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Baseando-se nas afirmações apresentadas na discussão dos resultados, o projeto trata-se da elaboração de um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba. O principal objetivo deste plano interpretativo é tornar a experiência do visitante mais dinâmica, possibilitando que este adquira mais informações sobre a história e as memórias dos expedicionários. Este projeto é importante, pois renovará a apresentação dos temas e narrativas do Museu do Expedicionário de Curitiba, dessa forma atendendo diferentes necessidades e demandas, principalmente das novas gerações.

Utilizou-se Murta e Goodey (2002) como referência para a elaboração do plano interpretativo. Ainda que as três etapas definidas pelos autores conduzam a elaboração do plano interpretativo, estas não foram seguidas completamente, permitindo adaptações.

ETAPA 1: Registro e inventário de recursos, temas e mercados

Esta etapa inicial é extremamente importante, pois permite conhecer melhor o objeto de estudo, no caso, o Museu do Expedicionário de Curitiba, identificando elementos com potencial para desenvolver no plano interpretativo, além de suas limitações.

a) Recursos:

Para a realização do plano interpretativo, o envolvimento de diferentes setores da administração pública e de outras entidades por meio de parcerias será

essencial. A principal parceria será com o Exército Brasileiro, especificamente a 5ª Região Militar. Por ser o órgão responsável pelo Museu do Expedicionário de Curitiba, auxiliará com recursos financeiros, técnicos e em questões administrativas.

Ainda entre as parcerias na instância federal, destaca-se o Ministério da Cultura (MINC) que apoia projetos culturais com a Lei Rouanet ou com editais específicos. Em relação à Lei Rouanet, o projeto concorre com outras iniciativas e se aprovado o recurso será disponibilizado por meio de doação ou patrocínio. Além disso, o período de inscrição do projeto é mais prolongado. Entre os editais específicos estão disponíveis aqueles para o fomento e financiamento de projetos do setor museológico divulgados pelo Instituto Brasileiro de Museus. Sendo assim, este órgão auxiliará com recursos financeiros.

Sobre as parcerias na instância estadual, a LPE, também responsável pelo MEXP, será fundamental para a realização do projeto, pois representa e mantém diálogo ativo com os associados do museu, ou seja, os expedicionários e os amigos da associação. Esta parceria auxiliará principalmente nas questões administrativas e eventualmente com recursos financeiros. A outra parceria será a Secretaria de Estado da Cultura (SEEC). Este órgão não é mais responsável pela administração do museu, entretanto continua a acompanhar e apoiar as ações deste. Esta parceria torna-se estratégica, pois a SEEC auxiliará tanto na captação de recursos como no assessoramento museológico.

As demais entidades selecionadas são atuais parceiras do MEXP como a FECOMÉRCIO, o Tribunal Regional do Trabalho, a Associação dos Diplomados da Escola Superior de Guerra (ADESG), Tacla Shopping, HeliSul e Busque Lar & Construção que auxiliariam com recursos financeiros. A seguir, no QUADRO 7, são apresentadas as entidades selecionadas e a distribuição dos recursos entre estas.

QUADRO 7 – AS ENTIDADES E A DISTRIBUIÇÃO DE RECURSOS

Entidade	Recurso financeiro	Recurso técnico	Auxílio administrativo/legal
Exército Brasileiro (5º RM)	X	X	X
MINC	X		
LPE			X
SEEC		X	X
Demais entidades	X		

FONTE: A autora (2018)

Assim como todo projeto, foram identificadas algumas limitações para sua realização. Em relação às limitações físicas, ainda que tenham ocorrido intervenções na estrutura do prédio que abriga o museu, estas não foram suficientes para solucionar as dificuldades relacionadas à acessibilidade do espaço. Dessa forma, verifica-se a necessidade de futuramente realizar adequações tanto na parte externa quanto interna do museu. Para implementação do plano interpretativo, não estão previstas modificações na estrutura do prédio. O projeto prevê a readequação do acervo no espaço existente.

As limitações legais envolvem a espera para liberação de recursos e para a organização de documentos. As limitações administrativas envolvem possíveis divergências entre as entidades responsáveis do museu, apesar do bom relacionamento entre as partes. Por fim, as limitações financeiras envolvem a liberação e distribuição de recursos pelas entidades parceiras.

b) Temas:

Apesar da diversidade de temas apresentados no acervo do MEXP, a maioria destes não possui contextualização histórica ou socioeconômica. São apresentadas poucas informações ou dados que possibilitem ao visitante compreender a realidade da época vivida tanto pelos expedicionários na Itália quanto da população brasileira. Com a contextualização e a nova abordagem, seria possível conectar os temas a uma perspectiva de passado, presente e futuro.

Dessa forma, a nova abordagem incluirá os temas considerados fundamentais para o visitante entender a história e a atuação da FEB. Os temas escolhidos são: “mulheres na guerra”; “a história da FEB (sua criação e seus

símbolos”); “a história de Max Wolf Filho”, “o Brasil na Segunda Guerra Mundial”. Os novos temas selecionados são “conheça os expedicionários paranaenses” e “memórias reveladas”.

As informações e dados referentes aos temas mencionados anteriormente serão pesquisados primeiramente no acervo da biblioteca da LPE. A entidade possui um excelente acervo para estudos, resultado de vinte anos de pesquisas. A Biblioteca Pública do Paraná possui além dos documentos e livros, diversos jornais da época (década de 1940). Já a Casa da Memória de Curitiba dispõem de periódicos e fotografias. Caso as informações encontradas não sejam suficientes, demais documentos, dados e fotografias serão consultados na Fundação Cultural do Exército Brasileiro (FUNCEB) e no Departamento de Educação e Cultura do Exército (DECEX). Além disso, as memórias e relatos dos expedicionários são fontes de informações com caráter mais pessoal e afetivo.

c) Mercados:

O público alvo são os visitantes acompanhados por familiares e o público escolar/universitário. Embora a faixa etária predominante nos questionários seja de 18 a 39 anos, devido às visitas monitoradas escolares realizadas frequentemente no museu, há uma quantidade significativa de visitantes na faixa etária de 14 a 17 anos. Com base nesses dados, definiu-se como segmentos turísticos potenciais o turismo cultural, visto que a motivação envolve a visita a elementos significativos do patrimônio histórico e cultural (BRASIL, 2010), o turismo militar, no qual possui motivações histórico-culturais para a visita de patrimônios nacionais ou militares (COELHO, 2014), e o turismo pedagógico, que atua como um elemento complementar na formação educacional de crianças e adolescentes (ANDRIOLO; FAUSTINO, 2000). Acredita-se que a renovação da abordagem dos temas, além de possibilitar uma experiência mais dinâmica aos visitantes regulares, disponibilizará aos grupos de estudantes mais informações auxiliando na compreensão dos conteúdos estudados na escola, como história, geografia e física.

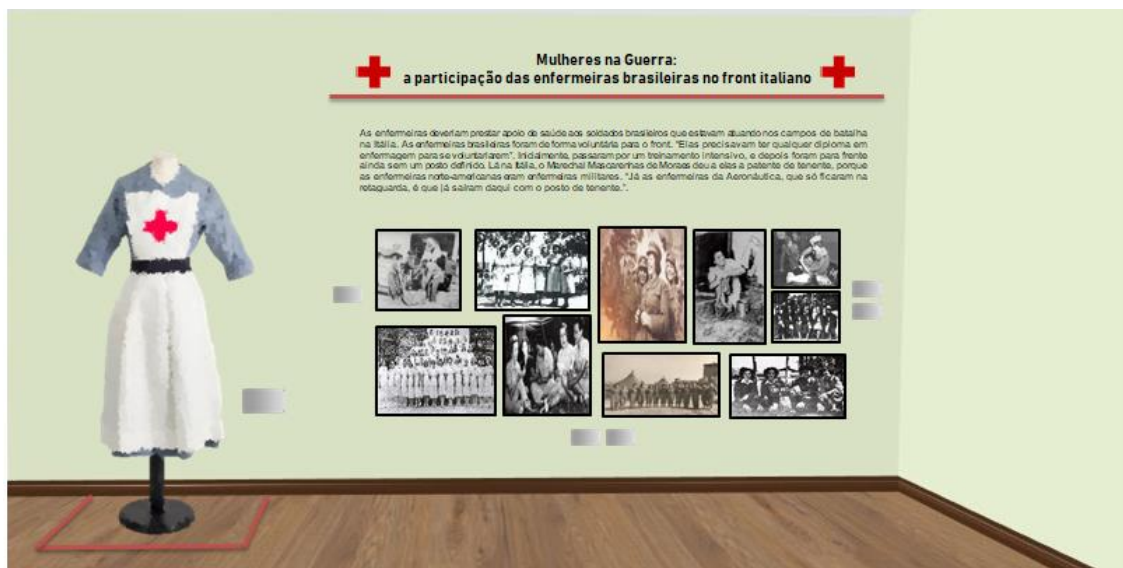
ETAPA 2: Desenho e montagem (escolha das mídias e técnicas)

Na Etapa 2 é realizada a escolha das mídias interpretativas e técnicas, neste caso, mídias e recursos que proporcionem diferentes formas de aprendizado aos visitantes estimulando a criatividade e a construção de novos conhecimentos. Na análise de resultados, constatou-se que a forma de apresentação do acervo do Museu do Expedicionário é apenas contemplativa. Os objetos do acervo são ricos de informações, porém estas não são compreendidas somente com a observação. Assim, as mídias e recursos têm como propósito extrair as informações contidas nos objetos e apresenta-las de outras maneiras.

Desse modo, para incentivar a aprendizagem de maneiras diferentes, considerou-se entre os estilos de aprendizagem, o método VAC (visual, auditivo e cinestésico), sendo aquele onde a assimilação de conteúdos ocorre por meio dos sentidos (SALDANHA, ZAMPRONI, BATISTA, 2016). Dessa forma, nas mídias e recursos escolhidos, o sentido visual será estimulado com a utilização de cores, formas e diferentes disposições dos expositores. O auditivo será estimulado com as gravações das memórias dos expedicionários, possibilitando que o visitante imagine os cenários e acontecimentos relatados. Por fim, o sentido tátil/cinestésico será estimulado com recursos interativos que permitam ao visitante tocar nas mídias e recursos descobrindo mais informações. Cada mídia e recurso foram escolhidos pensando qual seria a mais adequada para apresentar ou explicar tal tema.

Conforme apresentado na FIGURA 17, para o tema “mulheres na guerra”, as mídias e recursos escolhidos são o manequim com o uniforme de enfermeira (modelo de uniforme meramente ilustrativo), texto explicativo adesivado na parede (atualmente não são apresentadas informações escritas) e o painel de quadros com fotografias das enfermeiras.

FIGURA 17 – MÍDIAS PARA O TEMA “MULHERES NA GUERRA”



FONTE: A autora, 2018.

Ainda para o tema “mulheres na guerra” (FIGURA 18), as outras mídias e recursos escolhidos são as vitrines coloridas, neste caso, colocadas na parede em sentido decrescente; o áudio com as memórias de um expedicionário e outro manequim com uniforme de médico de combate.

FIGURA 18 - MÍDIAS PARA O TEMA “MULHERES NA GUERRA”

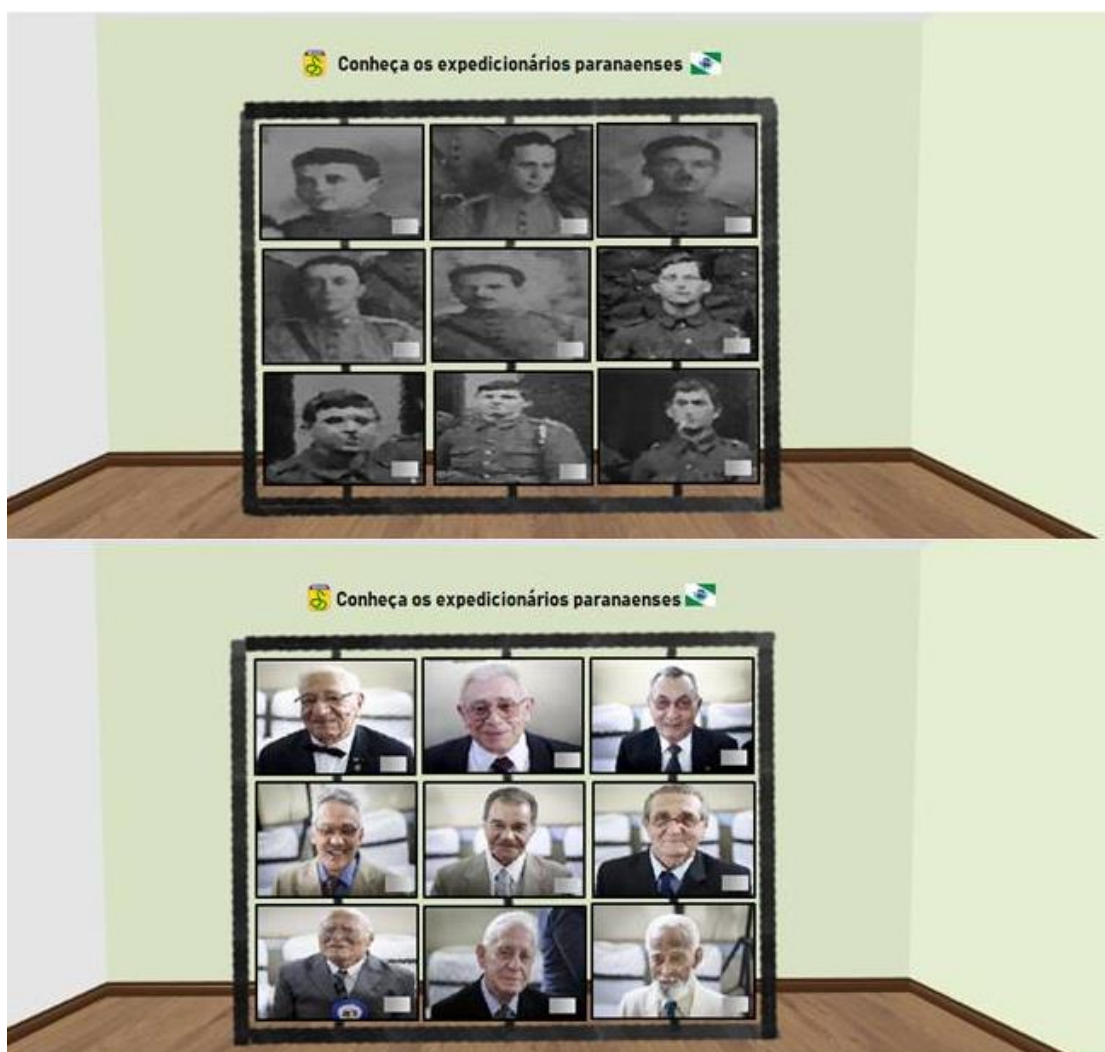


FONTE: A autora, 2018.

O tema “conheça os expedicionários paranaenses”, é uma novidade inserida no acervo. A escolha do tema surge como resposta a uma frequente pergunta: “quem foram os expedicionários?”. O objetivo ao abordar esse tema é possibilitar que o visitante conheça as pessoas que participaram dos confrontos da Segunda Guerra representando o país.

A mídia desenvolvida trata-se de um painel giratório com fotos em ambos os lados (FIGURA 19), Em um lado serão apresentadas as fotos dos expedicionários no período de 1944/45, quando atuaram na Segunda Guerra. No outro lado, estarão as fotos dos expedicionários atualmente. Nas legendas que acompanham os painéis, estarão informações como nome, idade e patente.

FIGURA 19 - MÍDIA PARA O TEMA “CONHEÇA OS EXPEDICIONÁRIOS PARANAENSES”



FONTE: A autora, 2018.

O tema “a história da FEB” será dividido em duas partes. A primeira abordará o contexto para a criação da FEB. Como ilustrado na FIGURA 20, as mídias e recursos escolhidos são o texto explicativo adesivado na parede sobre um fundo verde (atualmente não são apresentadas informações escritas) e o painel de quadros com manchetes de jornais da época (1942 a 1945).

FIGURA 20 - MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DA FEB”



FONTE: A autora, 2018.

A segunda parte apresentará os símbolos da FEB (FIGURA 21), como o hino e o emblema. A letra do hino, chamado de “Canção do Expedicionário”, estará adesivado na parede sobre um fundo verde. Ao lado, o texto explicativo sobre a inspiração para a letra do hino e o áudio para o visitante escutá-lo. Por último, outro texto explicativo adesivado na parede será utilizado acompanhado de duas figuras do emblema da FEB, a original e versão elaborada por *Walt Disney*.

FIGURA 22 - MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DE MAX WOLF FILHO”



FONTE: A autora, 2018.

Ainda para o tema “a história de Max Wolf Filho” (FIGURA 23), outras mídias e recursos foram selecionados como as vitrines coloridas colocadas na parede e texto explicativo adesivado na parede acompanhado por fotos e documentos. Destaca-se a utilização do áudio para apresentar o relato do General Ítalo Conti sobre Max Wolf Filho. Atualmente, este relato é apresentado como texto em um *banner*. O áudio será uma versão interpretada deste relato.

FIGURA 23 - MÍDIAS PARA O TEMA “A HISTÓRIA DE MAX WOLF FILHO”



FONTE: A autora, 2018.

Para tema “o Brasil na Segunda Guerra Mundial” (FIGURA 24) a mídia desenvolvida trata-se do “Mapa dos expedicionários”. Na aba inicial será apresentado o mapa do Brasil em uma tela/monitor *touch screen*. Quando o visitante selecionar um estado brasileiro, ele descobrirá a quantidade de soldados que lutaram pela FEB na Segunda Guerra Mundial. As outras mídias e recursos selecionados são o texto explicativo adesivado na parede acompanhado do painel com a cronologia da participação brasileira na Segunda Guerra Mundial, quadros com fotos e a vitrine colorida disposta na vertical.

FIGURA 24 - MÍDIAS PARA O TEMA “O BRASIL NA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL”



FONTE: A autora, 2018.

O tema “memórias reveladas” é o último a ser mencionado. Abordar este tema é uma maneira de inserir as memórias dos expedicionários no acervo. A mídia escolhida trata-se do áudio. Como visto na FIGURA 18 (página 85), o áudio trará a gravação de memórias de um expedicionário. O objetivo é tornar os expedicionários protagonistas da história. O visitante ouvirá do expedicionário como era a realidade da guerra. Já na FIGURA 23 (página 89), o áudio trará uma versão interpretada do relato do General Ítalo Conti sobre a morte de Max Wolf Filho. A atual forma de apresentação deste relato é o texto em um *banner*. O áudio possibilitará que este acontecimento seja narrado com mais emoção ao visitante.

É importante destacar que algumas mídias e recursos utilizados em museus já visitados inspiraram a escolha e a criação de mídias e recursos nesta etapa. O Memorial Minas Gerais Vale em Belo Horizonte (MG) inspirou a escolha das vitrines coloridas, o Museu Oscar Niemeyer em Curitiba (PR) e o Museu Imperial em Petrópolis (RJ) inspiraram a utilização de textos adesivados nas paredes, o Museu Pelé em Santos (SP) inspirou a utilização dos áudios, o tour cervejeiro na Cervejaria Bohemia em Petrópolis (RJ) inspirou a criação do “Mapa dos expedicionários”, o Museu do Holocausto em Curitiba (PR) inspirou a criação do painel giratório “Conheça os expedicionários paranaenses” e o Museu da Paz de Jaraguá do Sul (SC) inspirou a verticalização dos expositores.

ETAPA 3: Promoção

Para a promoção do Museu do Expedicionário foram definidas ações que abrangem a diversificação e divulgação dos eventos, a divulgação da logo do museu e a criação de um site exclusivo.

O Museu do Expedicionário realiza diversos eventos em datas comemorativas como o Dia da Vitória, o Dia do Expedicionário e o Dia da Independência. Nestes eventos há a exposição de viaturas militares antigas na Praça do Expedicionário, solenidades com autoridades militares e a ilustre presença dos expedicionários. Além dos eventos em datas comemorativas, serão realizados eventos como palestras, mostra de filmes ou cinedebates com temáticas específicas. Sobre a divulgação desses eventos, a principal ferramenta será a página oficial no *Facebook*. Uma estratégia a ser adotada é a criação de “eventos públicos”, pois permitem aos usuários do *Facebook* que não acompanham a página do museu, que sejam informados sobre os eventos e demais ações. Após a realização dos eventos, as fotos serão divulgadas na página oficial no *Facebook* e também na aba Notícias do site, como será explicado a seguir.

Para a divulgação da logo do museu (FIGURA 25), esta será inserida como marca d'agua nas fotos e demais publicações da página do *Facebook*, como forma de promover a imagem do museu. Esta marca d'água também estará presente em todos os materiais impressos (banners, convites para eventos e folders).

FIGURA 25 – LOGOMARCA DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO



FONTE: Museu do Expedicionário, 2018.

Em relação ao *site*, o exemplo apresentado (FIGURA 26) foi desenvolvido no Wix.com. Na página inicial estará uma breve descrição do Museu do Expedicionário acompanhado por uma fotografia da fachada.

FIGURA 26 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE

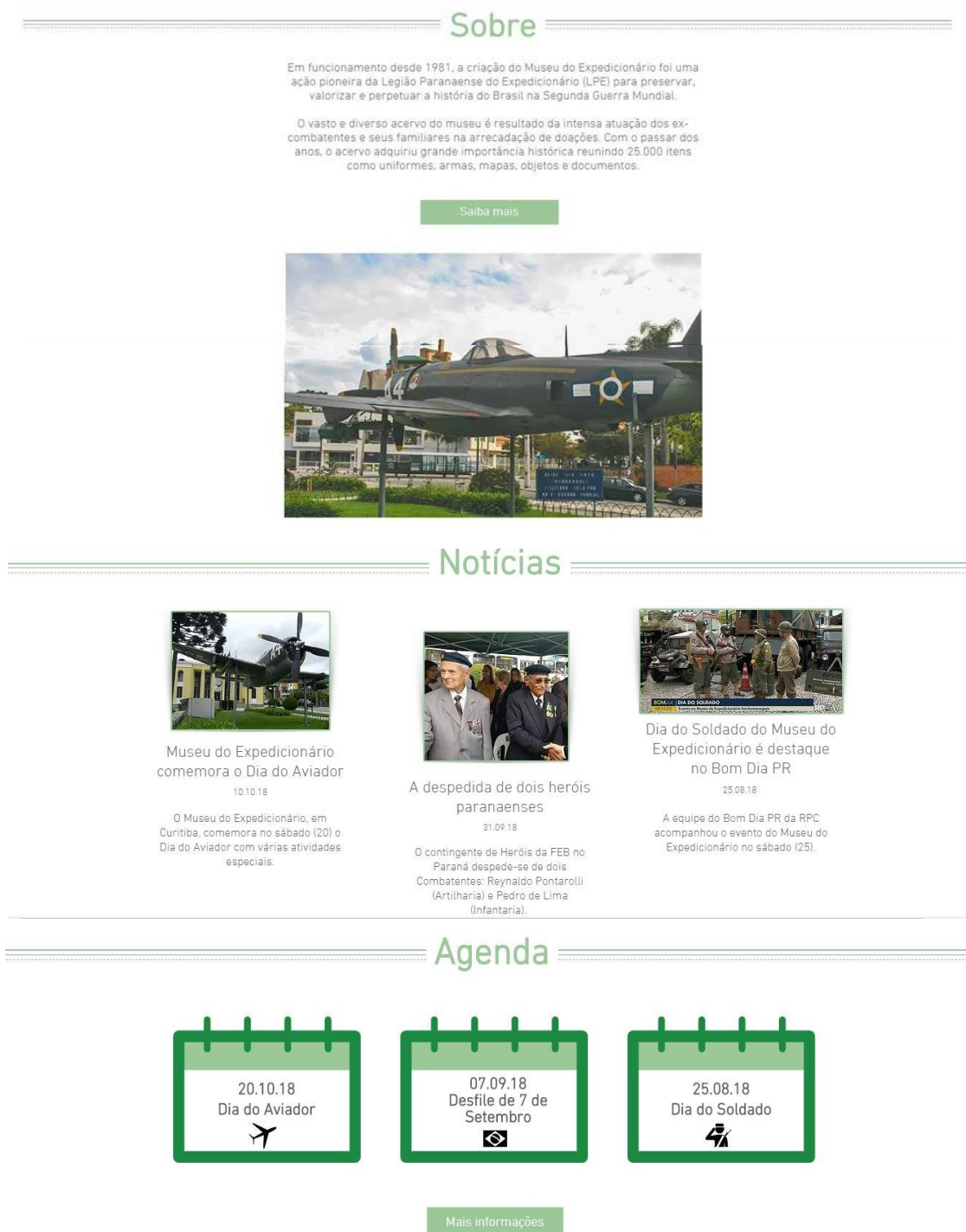


FONTE: A autora, 2018.

O *site* contará com quatro abas de conteúdos (FIGURA 27). A primeira nomeada “Sobre” abordará um breve histórico da criação do museu, sua missão e visão e a descrição da LPE. Em seguida, na aba “Notícias”, serão divulgadas notícias da ANVFEB, os eventos realizados no museu e comunicados sobre

falecimentos de veteranos. Na aba “Agenda” estará todos os eventos e datas comemorativas (FIGURA 28).

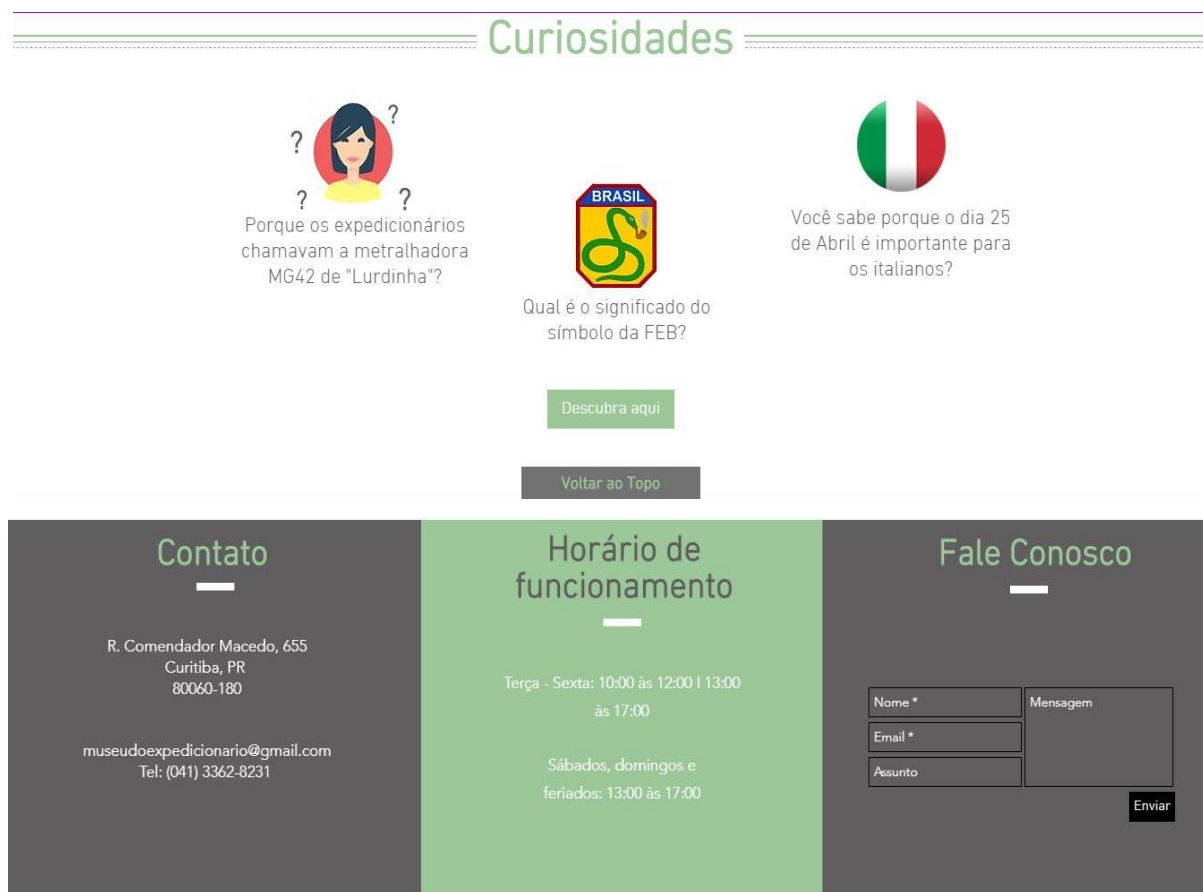
FIGURA 27 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE – ABAS



FONTE: A autora, 2018.

A última aba de conteúdo, “Curiosidades”, apresentará informações sobre a FEB e acontecimentos marcantes da Segunda Guerra. Ao final do *site* estarão informações como contato e horário de funcionamento (FIGURA 28).

FIGURA 28 – EXEMPLO DE LAYOUT PARA O SITE – ABAS



FONTE: A autora, 2018.

O principal propósito das ações definidas é aumentar a visibilidade das ações e eventos realizados no Museu do Expedicionário, atraindo mais visitantes e turistas, além das frequentes visitas escolares, assim diversificando seu público.

6.2 ETAPAS DA EXECUÇÃO DO PROJETO

Nos próximos tópicos são descritas as etapas fundamentais para que o projeto possa ser colocado em prática. Apresenta-se o cronograma, a descrição dos recursos humanos necessários, o orçamento e a avaliação do retorno do investimento.

6.2.1 Descrição das etapas da execução do projeto

O projeto idealizado terá três etapas sendo a Etapa 1 referente ao registro e inventário de recursos, temas e mercados, a Etapa 2 referente ao desenho e montagem e a Etapa 3 referente a promoção. No QUADRO 8, está o descritivo das ações de cada etapa e os respectivos meses de duração para finalização do projeto.

QUADRO 8 – CRONOGRAMA DA EXECUÇÃO DO PROJETO

ETAPA	ATIVIDADES	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Realizar reuniões com os parceiros do projeto												
1	Cadastro no Portal SALIC												
1	Adequação do projeto ao modelo do Portal SALIC												
1	Enviar o projeto e a documentação ao Portal SALIC												
1	Realizar reuniões com a equipe técnica												
1	Pesquisar sobre os temas abordados no plano												
1	Reunir o material pesquisado sobre os temas (textos e fotos)												
2	Realizar reuniões entre a equipe técnica												
2	Desenvolver o aplicativo para o "Mapa dos expedicionários"												
2	Construir estrutura para o "Mapa dos expedicionários"												
2	Elaboração dos adesivos com os textos explicativos												
2	Construir estrutura do painel "conheça os expedicionários paranaenses"												
2	Elaboração das placas com legendas												
2	Comprar vitrines, molduras, monitor, computador, sistema de áudio guia												
2	Gravação dos áudios com os expedicionários												
2	Fotografar os expedicionários para a elaboração do painel "conheça os expedicionários paranaenses"												
2	Digitalizar e imprimir fotos para os painéis e quadros												
2	Instalar as mídias no museu												
2	Testar o funcionamento das mídias interativas												
3	Desenvolver o site												
3	Criação de um calendário de eventos do museu												
3	Definir um cronograma inicial de postagens para o <i>site</i>												
3	Fotografar o museu (interior e exterior) para divulgar no <i>site</i>												

FONTE: A autora, 2018.

A Etapa 1 começará com a realização de reuniões com os parceiros do projeto. Nas reuniões iniciais será definida a função dos parceiros durante a execução do projeto, a maneira como cada parceiro auxiliará o projeto e a escolha do representante da entidade nas reuniões. Conforme o desenvolvimento do projeto, o objetivo das reuniões será acompanhar o andamento do projeto.

Para conseguir apoio financeiro com a Lei Roaunet é necessário primeiramente, cadastrar-se no Portal SALIC. Depois o projeto será readequado de acordo com o modelo solicitado e assim, enviado ao portal junto com a documentação necessária. Também serão realizadas reuniões com a equipe técnica (turismólogo, museólogos, historiadores e designer de interiores) para decidir como os temas serão pesquisados e quais fontes consultadas. A equipe técnica será formada por um turismólogo, dois museólogos (uma do Museu do Expedicionário e o outro da Secretaria de Estado da Cultura) e dois historiadores (um da Secretaria do Estado da Cultura e o outro contratado). Após o período de pesquisa, todas as informações coletadas serão reunidas.

A Etapa 2 iniciará com a realização de reuniões entre o turismólogo, os museólogos e o designer de interiores, que auxiliará no planejamento e organização das mídias nos espaços. Em seguida, iniciam-se as ações envolvendo as mídias como a construção da estrutura do painel "conheça os expedicionários paranaenses" e do "Mapa dos expedicionários". Outras mídias também serão elaboradas e alguns materiais e expositores comprados. As últimas ações desta etapa são referentes à instalação das mídias no museu e ao teste de funcionamento das mídias interativas (áudios e tela/monitor).

Na Etapa 3, o site do Museu do Expedicionário será desenvolvido pelo *web designer*. Em seguida, será criado um calendário de eventos para o museu com os eventos relacionados a datas comemorativas e os com temáticas específicas, para facilitar a divulgação no *site* e *Facebook*. Também será elaborado um cronograma inicial de publicações para o *site*, para definir se as publicações serão semanais ou mensais. Por último, o interior e o exterior do museu serão fotografados para a divulgação no *site*.

6.2.2 Descrição dos recursos humanos

Neste tópico serão descritos os recursos humanos envolvidos em cada etapa do projeto conforme apresentado no QUADRO 9.

QUADRO 9 – RECURSOS HUMANOS

ETAPA 1: REGISTRO E INVENTÁRIO DE RECURSOS, TEMAS E MERCADOS	
PROFISSIONAL	SERVIÇOS PRESTADOS
Turismólogo	Responsável pela elaboração do plano interpretativo, auxiliar na realização das ações de cada etapa e por coordenar a equipe técnica.
Museólogo	Auxiliar na realização das ações de cada etapa
Historiador	Auxiliar na pesquisa de informações e dados sobre os temas que serão apresentados no plano
ETAPA 2: DESENHO E MONTAGEM	
PROFISSIONAL	SERVIÇOS PRESTADOS
Turismólogo	Responsável pela elaboração do plano interpretativo, auxiliar na realização das ações de cada etapa e por coordenar a equipe técnica.
Designer de Interiores	Planejamento e organização das mídias e recurso nos espaços
Museólogo	Auxiliar na realização das ações de cada etapa e na organização das mídias e recurso nos espaços
Fotógrafo	Fotografar os expedicionários para a elaboração do painel “conheça dos expedicionários paranaenses”
Programador	Elaboração do aplicativo para o “Mapa dos expedicionários”
ETAPA 3: PROMOÇÃO	
PROFISSIONAL	SERVIÇOS PRESTADOS
Turismólogo	Auxiliar na realização das ações de cada etapa
Fotógrafo	Fotografar o interior e exterior do museu
Web designer	Desenvolvimento do site

FONTE: A autora, 2018.

Na Etapa 1, destaca-se a importância do trabalho do turismólogo. Este profissional será responsável pela elaboração do plano interpretativo, auxiliará a realização das ações de cada etapa e coordenará a equipe técnica. Os museólogos acompanharam e orientaram o desenvolvimento do projeto. Em conjunto com os demais profissionais, os historiadores auxiliarão na pesquisa de informações e dados sobre os temas apresentados no plano.

Na Etapa 2, o designer de interiores será essencial para a realização do projeto. Este planejará e organizará as mídias e recursos nos espaços do museu. Os museólogos trabalharão juntamente com este profissional, para a elaboração e adequação das mídias aos espaços. Também será necessária a contratação de um fotógrafo, para fotografar os expedicionários, e de um programador, para elaborar o aplicativo do “Mapa dos expedicionários”. Na Etapa 3, serão necessários o fotógrafo, para fotografar o interior e o exterior do museu, e o *Web designer*, para o desenvolvimento do site do Museu do Expedicionário.

6.2.3 Descrição do Orçamento

Este tópico apresentará a descrição de cada serviço prestado e produto comprado para o desenvolvimento do projeto, conforme o QUADRO 10.

QUADRO 10 – RECURSOS FINANCEIROS

ETAPA 1: REGISTRO E INVENTÁRIO DE RECURSOS, TEMAS E MERCADOS			
QUANT.	PRODUTO/ SERVIÇO/ PROFISSIONAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Turismólogo	R\$ 2.015,45 ¹⁸	R\$ 16.123,60
1	Historiador	R\$ 1.980,00 ¹⁹	R\$ 5.940,00
ETAPA 2: DESENHO E MONTAGEM			
QUANT.	PRODUTO/ SERVIÇO/ PROFISSIONAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
5	Vitrine colorida horizontal	R\$ 99,90	R\$ 499,50
1	Vitrine colorida vertical	R\$ 174,74	R\$ 174,74
27	Moldura preta	R\$ 10,50 a R\$ 17,50	R\$ 375,75
22	Placa de aço com adesivo (legendas)	R\$ 12,50	R\$ 275,00

¹⁸ Valor unitário referente ao pago pelo mercado de trabalho brasileiro. O valor total é referente ao período de oito meses.

¹⁹ Valor unitário referente ao preço cobrado por atividades em museus, prédios históricos e atrações similares. O valor total é referente ao período de três meses.

3	Mp3 <i>player</i>	R\$ 49,90	R\$149,90
1	Estrutura do painel “conheça os expedicionários paranaenses”	R\$ 2.220,00	R\$ 2.220,00
1	Estrutura do painel “Mapa dos expedicionários”	R\$ 1.850,00	R\$ 1.850,00
13	Textos e imagens adesivados na parede	X	R\$ 4.670,50
1	Monitor <i>touch screen</i>	R\$ 1.119,00	R\$ 1.119,00
1	Computador	R\$ 999,00	R\$ 999,00
45	Impressão de fotografias para os quadros e painel	R\$ 3,90 a R\$ 9,90	R\$ 256,50
3	Gravação dos áudios em estúdio	R\$ 80,00	R\$ 320,00 ²⁰
1	Fotógrafo	R\$ 790,00	R\$ 790,00 ²¹
1	Programador	R\$ 1.550,00	R\$ 1.550,00 ²²
1	Designer de Interiores	R\$ 1.850,00	R\$ 2.450,00 ²³
ETAPA 3: PROMOÇÃO			
QUANT.	PRODUTO/ SERVIÇO/ PROFISSIONAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Fotógrafo	R\$ 790,00	R\$ 790,00
1	Web designer	R\$ 755,00	R\$ 755,00
TOTAL:			R\$ 41.307,99

FONTE: A autora, 2018.

O custo calculado para a Etapa 1 refere-se a contratação do turismólogo e do historiador. Na Etapa 2, os custos são referentes aos produtos e materiais que serão comprados, aos profissionais contratados e aos serviços necessários para a elaboração de algumas mídias. Na Etapa 3, são apresentados os custos dos profissionais que auxiliarão na construção do site.

6.2.4 Avaliação do retorno do investimento

A elaboração do plano interpretativo do Museu do Expedicionário de Curitiba visa tornar a experiência do visitante mais dinâmica, proporcionando a este a aquisição de mais informações sobre a história da FEB e das memórias dos

²⁰ Valor unitário referente ao preço cobrado por hora. O valor total é referente ao período de quatro horas de gravação no estúdio.

²¹ Valor referente ao ensaio fotográfico com duração de duas horas.

²² Valor referente ao trabalho de 20 horas semanais durante o período de um mês.

²³ Valor unitário referente ao preço cobrado pela decoração de interiores. O valor total é a soma do valor unitário ao preço cobrado por consultoria, sendo R\$ 200,00.

expedicionários. Com base neste propósito, entende-se que o retorno propiciado pelo projeto será social, cultural e turístico.

O plano interpretativo pode ser entendido como uma ferramenta de valorização da história regional e nacional, mas também de valorização do espaço cultural. Um museu atua como propagador da cultura e da educação. Com relação à cultura, é um componente essencial no processo de democratização ao acesso dos múltiplos espaços onde esta se manifesta. No que se refere à educação, auxilia na formação educacional de crianças e adolescentes, complementando os aprendizados da sala de aula de maneira dinâmica, assim despertando o interesse dos estudantes pela história e cultura de seu próprio país.

O retorno turístico deve-se ao valor agregado à experiência do visitante com a interpretação patrimonial, pois este adquire novas informações ao mesmo tempo em que usufruiu o lazer. Também se deve ao valor agregado ao produto turístico, possibilitando o desenvolvimento de novas ações de valorização do patrimônio.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste estudo teve como propósito evidenciar o segmento turismo militar no Brasil, demonstrando que o país possui potencialidade para desenvolvê-lo em seus diversos patrimônios históricos de caráter militar, especialmente nos museus militares. Foi também propósito deste estudo, apresentar museus com temáticas diferentes, no caso os museus militares da Força Expedicionária Brasileira. Esperou-se assim, expor ao público a história da FEB e de seus espaços, contribuindo para o processo de divulgação e preservação de sua memória.

Por meio dos objetivos específicos, buscaram-se respostas para solucionar o problema da pesquisa sendo este: quais mídias interpretativas poderiam ser adotadas para aprimorar a experiência do visitante no Museu do Expedicionário de Curitiba. Como visto ao longo da pesquisa, a estratégia adotada foi à utilização da interpretação patrimonial para aprimorar a experiência do visitante neste espaço cultural.

O primeiro objetivo específico, que discorreu sobre a utilização da interpretação patrimonial como elemento para aprimorar a experiência de visitantes em museus foi concluído. Com este objetivo, conceitos essenciais sobre o turismo cultural foram abordados, assim como sobre o histórico dos museus e a importância da interpretação patrimonial nestes espaços. Compreendeu-se como a relação da sociedade com os museus modificou-se ao longo dos anos.

O segundo objetivo específico que visava dissertar sobre a relação da sociedade com as memórias da guerra e a História Militar, foi concluído demonstrando que essa temática desperta o interesse de inúmeras pessoas a visitar museus como os Museus da Força Expedicionária Brasileira. Percebeu-se também a importância do desenvolvimento do segmento turismo militar, como um elemento de divulgação e preservação dessas memórias.

O terceiro objetivo específico, que intencionava caracterizar as motivações e percepções dos visitantes do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) para compreender sua relação com o acervo também foi concluído. Os visitantes do

museu são atraídos por sua temática e por seu diversificado acervo, apesar de relatarem a necessidade de novas abordagens na apresentação do acervo.

Conclui-se que todos os objetivos específicos foram atingidos com o auxílio dos instrumentos de coleta de dados utilizados: fichamento de leitura, entrevista, questionário e roteiro de observação. Dessa forma, possibilitou-se a concretização do objetivo geral, que era propor um plano interpretativo para o Museu do Expedicionário de Curitiba (PR) para tornar a experiência do visitante mais dinâmica.

Em relação às hipóteses apresentadas na introdução deste trabalho, a primeira que indagava que a experiência do visitante em museus militares era limitada devido à utilização de mídias interpretativas contemplativas foi confirmada. No caso estudado, os três museus da FEB analisados, apresentaram abordagens contemplativas na forma de apresentação de seus acervos. Como confirmada, essa característica deve-se ao mesmo processo de criação desses espaços. Além disso, em relação ao Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), os visitantes entrevistados no questionário consideraram suas experiências no museu pouco interativas.

A segunda hipótese que indagava que se os museus militares tivessem mídias interpretativas mais dinâmicas o visitante teria uma experiência mais significativa foi confirmada por meio da elaboração do projeto. As mídias e recursos do plano interpretativo do Museu do Expedicionário de Curitiba foram escolhidos visando incentivar diferentes formas de aprendizagem. Com a realização do projeto, esta hipótese seria confirmada na prática.

Conforme exposto no decorrer desta pesquisa, o turismo militar trata-se de um segmento turístico em desenvolvimento e expansão com grande potencial para fomentar novos produtos turísticos. No Brasil, patrimônios como fortes, fortalezas e principalmente os museus militares, são espaços estratégicos para o desenvolvimento do segmento no país. Este é o caso do Museu do Expedicionário de Curitiba (PR), objeto de estudo da pesquisa. Com um acervo diversificado e de significativa importância histórica, este poderia aprimorar a experiência dos visitantes em seus espaços com uma abordagem mais dinâmica para apresentar a história e as memórias que resguarda.

REFERÊNCIAS

ANDRIOLO, A.; FAUSTINO, E. Educação, Turismo e cultura. A experiência de estudantes paulistas em Uruçanga. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 2000, p. 164-178.

ANDRUKIU, A.M.G; ILHA, A.Y; SILVA, D.R; NITSCHKE, L.B. **Reminiscências de guerra em Curitiba, Paraná, Brasil: proposta de um roteiro turístico local**. Revista CULTUR, ano 09 – nº 02 – Jun/2015. Disponível em: <<https://goo.gl/UMj995>>. Acesso em 23 Out. 2018.

A NOTÍCIA. **Estudantes de Jaraguá do Sul participam de atividades do “Dia da Paz”**. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/xPkZdg>>. Acesso em 21 Ago. 2018

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: As possibilidades do planejamento**. - Campina, SP: Papirus, 2000 - (Coleção Turismo).

BARRONE. João. **1942 – O Brasil e sua guerra quase desconhecida**. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/1w2jPu>>. Acesso em: 11 Set. 2018.

BIESEK, A.S. **Turismo e Interpretação Cultural**. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL: Construções Teóricas no Campo do Turismo. 2, 2004. Caxias do Sul. Disponível em: < <https://goo.gl/PXccCE> >. Acesso em: 15 Ago. 2018.

BOLETIM INFORMATIVO DA CASA ROMÁRIO MARTINS. **O cotidiano de Curitiba durante a segunda guerra mundial**. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, v. 22, n. 107, out.1995.

BRASIL. Constituição (1988). **Título V – Da Defesa do Estado e das Instituições Democráticas. Art. 144**. Texto promulgado em 05/10/1988. Disponível em: <<https://goo.gl/nYPxvY>>. Acesso em: 16 Mai. 2018.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto Brasileiro de Museus. **Plano Setorial de Museus – 2010/2020** – Brasília, DF: MINC/IBRAM, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/F6FcYe>>. Acesso 16 Mai. 2018.

BRASIL. **Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009**: institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 15 de janeiro de 2009. Seção 1, p.1. Disponível em: <<https://goo.gl/ojE4V>>. Acesso em: 14 Mai. 2018.

BRASIL, Ministério da Defesa. **Em Montese, ministro da Defesa convoca italianos e brasileiros a não esquecerem os que combateram pela independência da Itália**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/3FRESP>>. Acesso em: 25 Abr. 2018.

_____. Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército. **Museus Militares**. 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/Ky8BMS>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

_____. **5º RM assume o Museu do Expedicionário em Curitiba**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/dVMSdy>>. Acesso em: 21 Ago. 2018

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, p. 13. 2010. Disponível em <<https://goo.gl/TwTZHq>>. Acesso em 07 Mai. 2018.

CABADO, Joan Serra; MARCO, Lluís Pujol. **Los Espacios Temáticos Patrimoniales: Una Metodología para el diseño de productos turísticos culturales**. Consultores en Turismo y Ocio. 2001. Disponível em: <<https://goo.gl/6y7jPE>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

CARVALHO, K.D. **Lugar de memória e políticas públicas de preservação do patrimônio: interfaces com o turismo cultural**. Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica; Vol. 13 - nº 2 - p. 149-165 / mai-ago 2011. Disponível em <<https://goo.gl/G6XFPe>>. Acesso em: 08 Mai. 2018.

CAVENAGHI, A.J; NASCIMENTO, A.; PEREIRA, V.B. **Museu da Língua Portuguesa: tecnologia como atratividade turística na cidade de São Paulo**. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2L1iLz6>>. Acesso em: 22 Mai. 2018.

COELHO, J. P. **Turismo Militar como segmento do Turismo Cultural: Memória, Acervos, Expografias e Fruição Turística**. Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar. Tomar. 2011.

COELHO, J.P; COSTA, F. L; FIGUEIRA, L.M; COSTA, C. **Carta Nacional do Turismo Militar: Do Conceito à Operação - Proposta de Intervenção**. 2014. Disponível em <<https://goo.gl/ip8PS6>>. Acesso em 02 Mai. 2018.

CORDOVA, M.J.W. **O Paranismo e o processo de produção historiográfica paranaense: o episódio do cerco da Lapa**. Revista de História Regional, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/SctPKa>>. Acesso em: 26 Abr. 2018.

COSTA, F. R. **Turismo e Patrimônio Cultural: Interpretação e Qualificação**. São Paulo: Editora SENAC, 2009.

CURITIBA. Prefeitura de. **Fruet assina termo de doação do Museu do Expedicionário ao Exército**. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/7u9Ubi>>. Acesso 21 Ago. 2018

DIAS. Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural – recursos que acompanham o crescimento das cidades** – São Paulo: Saraiva; 2006.

FERRAZ, Francisco César Alves. **A guerra que não acabou: a reintegração social dos veteranos da Força Expedicionária Brasileira (1945 – 2000)**. Londrina: Eduel, 2012.

FUNARI, P.P.; PINSKY, J. **Turismo e patrimônio cultural**. - São Paulo: Contexto, 2001 - (Coleção Turismo Contexto).

FURTADO, A.V.P. **Turismo Militar no Concelho de Peniche**. Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril. Estoril. 2011.

FRAGA, N. C. **Turismo de Guerra: a possibilidade de novo tipo de turismo para o Brasil. Marco Inicial – Guerra do Contestado (1912-1916)**. Revista Percurso – Curitiba em Turismo, a. 1, n. 1, p.43-76, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social** – 5. Ed. 7. Reimpressão – São Paulo: Atlas. 2006

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2001.

GOSLING, M.; SILVA, J.; MENDES, J.; COELHO, M; BRENER, I. **Experiência turística em museus: percepções de gestores e visitantes**. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 2016, 107. Disponível em: < <https://goo.gl/xA4rpJ>>. 19 Mai. 2018.

GOULART, M; SANTOS, I.C. **Uma abordagem Histórico-Cultural do Turismo**. *Turismo - Visão e Ação* - v.1 - n.1 - p.19-29 jan/jun - 1998. Disponível em <<https://goo.gl/PMMGEy>>. Acesso em 08 Mai. 2018.

GUIA ROTA HISTÓRICA DAS LINHAS DE TORRES. 2004. Disponível em <<https://goo.gl/cGdFhf>>. Acesso em 07 Mai. 2018.

HASTINGS, Max. **O mundo em guerra 1939 – 1945** / tradução de Berilo Vargas – Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012, p. 685.

_____. **Catástrofe - 1914 : A Europa vai à guerra** / tradução de Berilo Vargas – Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

HOBAL, M.A; MEDEIROS, W.R; FRAGA, N.C. **Análise da percepção do turismo de guerra: uma viagem à luz daqueles que o percorram**. *Observatório Geográfico da América Latina*. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/gVVD4v>>. Acesso em: 23 Out. 2018.

INTERNACIONAL COMMITTEE OF MUSEUMS AND COLLECTIONS OF ARMS AND MILITARY HISTORY (ICOMAM). **What is ICOMAM**. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/CFpnyL>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

INTERNACIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM). **Museum Definition**. 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/APXpCb>>. Acesso em: 14 Mai. 2018.

INSTITUTE FOR DARK TOURISM RESEARCH (IDTR). **Frequently asked questions**. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/pM7ttH>>. Acesso em: 21 Mai. 2018.

IMPERIAL WAR MUSEUMS (IWM) **About IWM**. Disponível em: <<https://goo.gl/zyzv1Q>> Acesso em: 18 Mai. 2018.

_____. **History of IWM**. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/wCbkWV>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

ISRAEL, K. P. **Informação e Tecnologia nos museus interativos contemporâneos**. Tese de Pós Graduação – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/2J6NrBL>>. Acesso em: 20 Mai. 2018.

JULIÃO, L. Apontamentos sobre a história do museu. **Caderno de Diretrizes Museológicas**. Brasília: Superintendência de Museus do Estado de Minas Gerais/ DEMU/ IPHAN/ MinC, 2 ed, p.19-32, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/aYm6VX>>. 14 Mai. 2018.

KIROUAC, A. **The military museum as an advocate for peace.** Magazine. UK: ICOMAM, Basilica Press, issue 2, April, 22-23, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/b5zszx>>. Acesso em: 17 Mai. 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** – 5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2003.

MACEDO CARVALHO, L.P. **História Militar: Importância, natureza, aplicação e evolução.** Revista DaCultura, ano 1, nº 2 jul / dez 2001.

MAPA DA CULTURA. **Espaços culturais: Museu da FEB.** Disponível em: <<https://goo.gl/HRKJBk>>. Acesso em: 10 Ago. 2018.

MARUJO, N. **A Cultura, O Turismo e o Turista: Que relação?.** Revista de Investigación em turismo y desarrollo local. Vol. 7, nº 16, junho 2014. Disponível em <<https://goo.gl/VnJSNa>>. Acesso em: 07 Mai. 2018.

MENEZES, N. **O boom de museus interativos no Rio de Janeiro.** Tese de Graduação – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: < <https://goo.gl/67h19B>>. Acesso em: 20 Mai. 2018.

MINAS GERAIS. Secretaria de Estado da Cultura. **Museu dos Militares Mineiros.** 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/xN7fGU>>. Acesso em: 19 Mai. 2018.

MORALES, J. (2004). **La interpretación, en su acepción de comunicación atractiva in situ.** Disponível em: <<https://goo.gl/hGW8Qh>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

_____. (2005) **La planificación interpretativa asegura la excelencia em interpretación.** Disponível em <<https://goo.gl/vCFuVU>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

MUSEU DA PAZ. **História.** 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/DZtvi2>>. Acesso em: 21 Ago. 2018.

MUSEE DU LOUVRE. **Missions & Projects - The Louvre: An Age-Old Institution Looks to the Future.** 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/gsiYDK>>. Acesso em: 16 Mai. 2018.

MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA (MLP). **Exposição principal.** 2018. Disponível em: < <https://bit.ly/2LBMM9M>>. Acesso em: 19 Mai. 2018.

MUSEU DOS MILITARES MINEIROS (MMM). **Museu dos Militares Mineiros.** 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/4RYpnA>>. Acesso em: 19 Mai. 2018.

MUSEU HISTÓRICO DO EXÉRCITO E FORTE DE COPACABANA (MHEX/FC). **Atividades Culturais.** 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/JUyaBf>>. Acesso em: 19 Mai. 2018.

MUSEU. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/RwmnBM>>. Acesso em: 14 Mai. 2018. ISBN: 978-85-7979-060-7

NATIONAL PARK SERVICE. **Frequently Asked Questions**. 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/A9NDsD>>. Acesso em: 01 Mai. 2018.

NASCIMENTO, J.H.M; OSAWA, T.Y; MAEDA, T.F. **O turismo e os museus de Londrina: um binômio a ser discutido**. In: II ENCONTRO CIDADADE NOVAS, 2009 – Centro Universitário Filadélfia – Unifil. Londrina-PR. Disponível em <<https://goo.gl/FZBxmf>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

NOGUEIRO, M.E.P. **Museu Militar de Bragança: fundação e práticas museológicas**. Dissertação de Mestrado – Curso Integrado de Estudos Pós-graduados em Museologia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/UHbgWi>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

OLIVEIRA, D. **Guia do Museu do Expedicionário 2011**. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/8tri7h>> . Acesso em: 10 Ago. 2018.

OLIVEIRA, R. **Museu: de sua gênese às diferentes manifestações na atualidade**. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/9UB9Dj>>. Acesso em: 14 Mai. 2018.

OLIVEIRA NETO. **Memória e Reintegração Social: O Museu do Expedicionário em Jaraguá do Sul, Santa Catarina (1996 - 1997)**. In: Encontro Regional de História. 15, 2016. Curitiba.

O MIRANTE. **IPT organiza I Jornada de Turismo Militar**. 2010. Disponível em <<https://goo.gl/Vr2kKX>>. Acesso em: 02 Mai. 2018.

PADILHA, R. C.; CAFE, L.; SILVA, E. L. **O papel das instituições museológicas na sociedade da informação/conhecimento**. Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 68-82, jun. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/2ZRfVN>>. Acesso em: 18 Abr. 2018.

PIRES, M. J.; AMORIM, M. M. **II Guerra Mundial e o Turismo: A utilização dos remanescentes da II Guerra Mundial para o Desenvolvimento do Turismo Cultural**. Revista Eletrônica de Turismo Cultural. São Paulo, v. 4, n. 2, 2010-2. Disponível em: <<https://goo.gl/jVqWuo>>. Acesso em: 02 Mai. 2018.

PÉREZ, X.P. **Turismo Cultural: Uma visão antropológica** – El Sauzal (Tenerife. España): ACA y PASOS, RTPC. 2009. 307p.

PERINOTTO, A.R.C.; SANTOS, A.K.P. dos. **Patrimônio cultural e turismo: um estudo de caso sobre a relação entre a população parnaibana e o Complexo Porto das Barcas**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v.5, n.2, p.201-225, ago. 2011. Disponível em <<https://goo.gl/TmJ1k7>>. Acesso em: 08 Mai. 2018.

PETRÓPOLIS CONVENTION & VISITORS BUREAU. **Atrativos culturais: Museu da FEB**. Disponível em: <<https://goo.gl/JvgfhJ>>. Acesso em: 18 Jun. 2018.

PORTUGAL. Ministério da Economia e do Emprego. **Plano Estratégico do Turismo: Revisão e Objetivos 2013-2015**. Lisboa, 2013, 74 p. Disponível em <<https://goo.gl/FDNYMm>>. Acesso em: 06 Mai. 2018.

PORTUGAL. Ministério da Defesa Nacional. **MDN e Instituto Politécnico de Tomar parceiros no Turismo Militar**. 2014. Disponível em <<https://goo.gl/dzYUTV>>. Acesso em: 06 Mai. 2018.

PRATT, C.J.H. **Routeing in Military Tourism: Gamification as an implementation proposal**. Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar. Tomar. 2015. Disponível em <<https://goo.gl/zZnJUY>>. Acesso em: 01 Mai. 2018.

RAFFAINI, P.T. **Museu Contemporâneo e os Gabinetes de Curiosidade**. Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia, S. Paulo, 3: 159 -164; 1993. Disponível em <<https://goo.gl/XPUwc1>>. Acesso em: 14 Mai. 2018.

RAMOS, S.S. **Museus interativos: um novo modelo de relação. A comunicação museu-público na era do digital**. Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Coimbra, Coimbra, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/HbzTrx>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

ROCHA, C.P. **Templo das mídias: os museus sob o signo da informação e da comunicação**. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/hmuNgQ>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

ROYAL BRITISH LEGION. 2018. **How we remember**. Disponível em <<https://goo.gl/tmzP3E>>. Acesso em: 25 Abr. 2018.

RUDZEWICZ, L; LANZER, R. M; SCHAFER, A. E. **Janelas da Cidade: uma proposta de sensibilização turística da comunidade através da interpretação do patrimônio**. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul: Saberes e fazeres no turismo: Interfaces. 6, 2010. Caxias do Sul. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/N8VHBP>>. Acesso em: 15 Ago. 2018.

SALDANHA, C; ZAMPRONI, E; BATISTA, M. **Estilos de Aprendizagem**. Semana Pedagógica – Governo do Paraná. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/ni2TjG>>. Acesso em: 23 Out 2018.

SALGUEIRO, V. **Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura**. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 22, nº 44, p. 289-310, 2002. Disponível em <<https://goo.gl/B5CNzw>>. Acesso em: 07 Mai. 2018.

SÃO PAULO (Estado). Agência Metropolitana da Baixada Santista. **Guia dos Fortes**. 2004. Disponível em <<https://goo.gl/tYYXKb>>. Acesso em: 07 Mai. 2018.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento** 2. Ed. - Rio de Janeiro: DP&A editora, 1999.

SANTOS. M. S. **“Os museus brasileiros e a constituição do imaginário nacional”**. Revista Sociedade e Estado, XV (2): 271- 302. 2000. Disponível em: <<https://goo.gl/tBgGKi>>. Acesso em 14 Mai. 2018.

_____. **Políticas da Memória na criação dos museus brasileiros**. Cadernos de Sociomuseologia, nº 19. 2002. Disponível em: <<https://goo.gl/CYnpaa>>. Acesso em 14 Mai. 2018.

_____. **Museus brasileiros e política cultural**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 19, nº 55, junho/2004. Disponível em: <<https://goo.gl/mx7V1w>>. Acesso em: 14 Mai. 2018.

STEUR, J. **Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence.** Journal of Communication, 4 (2), Autumm, 1993, 73-93. Disponível em: <<https://goo.gl/QXiEqz>>. Acesso em: 19 Mai. 2018.

SUANO, M. **O que é museu.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

TEIXEIRA, N.S. **A História Militar e a Historiografia Contemporânea.** Revista Nação e Defesa. 1991. Disponível em: <<https://goo.gl/CrtGz6>>. Acesso em: 25 Abr. 2018.

TEIXEIRA, M.J. **A natureza e gestão das coleções dos museus militares na dependência da Direção de História e Cultura Militar (Exército).** Dissertação de Mestrado – Departamento de Ciências e Técnicas do Patrimônio, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/bxE5zp>>. Acesso em: 18 Mai. 2018.

TEIXEIRA, P.R.R. **Museu Histórico do Exército e Forte de Copacabana.** Revista DaCultura, ano 15, nº 27, nov./2016.

TRENTINI, N. **Embaixador da FEB traz a Jaraguá do Sul palestra sobre a 2ª Guerra Mundial.** 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/6YPXz4>>. Acesso 21 Ago. 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO		
Data:	Local:	Duração:
AMBIENTE/ESPAÇO		
1.	São apresentadas informações sobre a história do museu na entrada? De que forma?	
2.	Há livro de registro de visitas?	
3.	Descrição do espaço:	
4.	Há monitores ou guias no museu? (descrever a interação com o público)	
5.	Sobre a iluminação do acervo:	
5.1	De que forma o acervo é iluminado?	
5.2	Existe iluminação especial para alguma parte do acervo?	
6.	Descrever os aspectos referentes acessibilidade do museu	
Parte externa:		
Parte interna:		
EXPOSITORES, MOBILIÁRIOS E MÍDIAS		
1.	Quais tipos de expositores e mobiliários são utilizados?	
2.	Quais materiais são utilizados nos expositores e mobiliários?	
3.	Como estão organizados os objetos nos expositores e mobiliários?	

4.	A altura dos mobiliários permite ao visitante ter total visão do objeto exposto?		
5.	A posição e distribuição do mobiliário permite a circulação do visitante pelo espaço?		
4.	Descrição das etiquetas e legendas		
4.1	Etiquetas e Legendas		
4.2	As legendas dos objetos apresentam quais informações?		
4.3	O conteúdo apresentado nas legendas é compreensível para todos os tipos de público?		
4.4	Os textos apresentados estão disponíveis em mais de um idioma?		
5.	Algum espaço do museu possui sonorização?		
6.	Quais mídias são utilizadas para apresentação do acervo?		
()	Textos de parede	()	Publicação Impressa – folhetos
()	Placas	()	Mapas
()	Painéis	()	Imagens plotadas
()	Quadros	()	Maquetes
()	Fotografias	()	Áudio
()	Ilustrações	()	Vídeo
()	Manequins	()	Vitrines
()	Recriação de cenários	()	Banners
()	Miniaturas	()	Totem
()		()	
7.	Descrever quais recursos são utilizados para apresentar os objetos.		
Mídia		Objeto	
ACERVO			
1.	Existe alguma interação com os objetos expostos		

APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

PESQUISA DE PERFIL E OPINIÃO COM OS VISITANTES DO MUSEU DO EXPEDICIONÁRIO

O objetivo deste questionário é analisar as experiências e percepções dos visitantes do Museu do Expedicionário de Curitiba. As questões, anônimas, têm a finalidade de identificar o perfil dos visitantes e suas opiniões em relação ao Museu do Expedicionário de Curitiba.

As respostas obtidas serão apresentadas no trabalho de conclusão de curso da disciplina de Planejamento e Gestão de Turismo do Curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná.

Seção 1 de 4 – COMPREENDENDO A VISITA

1. Esta é a primeira vez que você visita o Museu do Expedicionário?

- ☐ Sim
- ☐ Não

2. Quando foi a sua última visita ao Museu?

- ☐ Há 1 mês
- ☐ Há 3 meses
- ☐ Há menos de 6 meses
- ☐ Entre 6 meses e 1 ano
- ☐ Entre 1 e 2 anos
- ☐ Entre 2 e 3 anos

3. Como ficou sabendo a respeito do museu (Pode marcar mais de uma resposta)

- ☐ Passando em frente ao Museu
- ☐ Visitando outros museus
- ☐ Na televisão
- ☐ No rádio
- ☐ Através de panfletos ou cartazes
- ☐ Lendo jornais ou revistas
- ☐ Por recomendação de amigos
- ☐ Por recomendação de professores
- ☐ Por recomendação de familiares
- ☐ Pela sinalização de rua

- ☐ Na internet
- ☐ Outra fonte

4. Quais os principais motivos dessa visita.

- ☐ Conhecer o museu
- ☐ Rever ou complementar uma visita anterior
- ☐ Pesquisar/ estudar algum tema
- ☐ Interesse pelos assuntos das exposições
- ☐ Participar de atividades específicas (palestras ou eventos)
- ☐ Trazer os filhos
- ☐ Acompanhar amigos/outras pessoas
- ☐ Ampliar horizontes/conhecer coisas novas
- ☐ Entrada gratuita

5. Com que você visitou o museu?

- ☐ Com o cônjuge/ companheiro (a) ou namorado(a)
- ☐ Com pai/mãe
- ☐ Com um ou mais filhos
- ☐ Com outros membros da família
- ☐ Com amigos
- ☐ Com um grupo organizado (escola, faculdade, excursão de turismo)
- ☐ Sozinho

Seção 2 de 3 – ANÁLISE DA RELAÇÃO VISITANTE E MUSEU

1. Em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 não adquiri conhecimentos e 5 adquiri muitos conhecimentos), avalie quanto o acervo contribuiu para seu aprendizado sobre a história da Força Expedicionária Brasileira e a sua participação na Segunda Guerra Mundial?

1 2 3 4 5

Não adquiri conhecimentos () () () () () - Adquiri muitos conhecimentos

2. De que forma a visita ao Museu do Expedicionário agregou novos conhecimentos a você?

- ☐ Pude ver objetos utilizados na Segunda Guerra Mundial
- ☐ Compreendi o motivo da entrada do país na guerra
- ☐ Compreendi como era a realidade dos soldados paranaenses na guerra
- ☐ Compreendi o contexto da sociedade durante período da guerra

- () Percebi a importância do Museu do Expedicionário para a história do país e de Curitiba
- () Conheci novos fatos sobre a história do país

3. Descreva como foi sua experiência de visitar o museu.

4. Em uma escala de 1 a 5, quanto você avalia a interativa de sua experiência no museu?

- 1 2 3 4
☐ muito pouco interativa ☐ pouco interativa ☐ interativa ☐ muito interativa
- 5
☐ extremamente interativa

5. Você acha necessário o Museu do Expedicionário mudar sua abordagem para uma forma mais interativa?

- () Sim
() Não

Seção 3 de 4 – CONHECENDO VOCÊ

1. Qual sua cidade/Estado de residência?

2. Sexo:

- () Feminino () Masculino

3. Idade:

4. Estado Civil / situação conjugal atual:

- () Solteiro(a)
() Casado(a) / União estável
() Viúvo(a)
() Separado(a) / divorciado(a)
() Outro

5. Escolaridade

- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino Médio incompleto
- ☐ Ensino Médio completo
- ☐ Ensino Superior incompleto
- ☐ Ensino Superior completo
- ☐ Pós-graduação

6. Você exerce atividade remunerada?

- ☐ Empregado do setor privado
- ☐ Empregado do setor público
- ☐ Profissional liberal
- ☐ Autônomo / por conta própria
- ☐ Empresário
- ☐ Bolsista / estagiário
- ☐ Não exerce atividade remunerada
- ☐ Outro

ANEXOS

ANEXO 1 - MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO NOS MUSEUS DO IPHAN



Museus do IPHAN



Este Museu está realizando uma pesquisa para melhor conhecer seus visitantes e saber o que pensam da visita. Escutá-los é a melhor forma de melhorar a qualidade das exposições, serviços e atividades propostos.

Contamos com sua colaboração no preenchimento deste questionário e solicitamos que ele seja entregue **ao final de sua visita**. Desde já agradecemos sua participação!

Lembramos, ainda, que as informações coletadas são confidenciais e se destinam exclusivamente à pesquisa no âmbito do **Observatório de Museus e Centros Culturais**, uma iniciativa em parceria entre diversas instituições, realizada pelo Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz - Ministério da Saúde e pelo Departamento de Museus, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Ministério da Cultura.

COMO PREENCHER o questionário:

Por favor, para escolher as suas respostas, **circunde o número** correspondente. Por exemplo, para responder "sim": **1** - sim 2 - não
Caso tenha dúvidas sobre o preenchimento do questionário ou necessite de ajuda, não hesite em nos contatar.

1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

1.1 – É a primeira vez que você visita esse Museu?

- 1 – sim → *Passe para a questão 1.3*
2 – não → *Informe o número de visitas (sem contar com a visita de hoje): _____ visitas*

1.2 – Quando foi sua última visita ao Museu? (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Há menos de 6 meses
2 – Entre 6 meses e 1 ano
3 – Entre 1 e 2 anos
4 – Entre 2 e 5 anos
5 – Há mais de 5 anos

1.3 – Desde quando você sabe da existência desse Museu? (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Hoje
2 – Há menos de 1 semana
3 – Entre 1 semana e 1 mês
4 – Entre 1 mês e 1 ano
5 – Entre 1 e 5 anos
6 – Há mais de 5 anos

1.4 – Como ficou sabendo a respeito desse Museu? (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – Passando em frente ao Museu
2 – Visitando outros museus
3 – Na televisão
4 – No rádio
5 – Através de panfletos, cartazes, outdoors
6 – Lendo jornais ou revistas
7 – No guia turístico
8 – Por recomendação de amigos
9 – Por recomendação de professores
10 – Por recomendação de familiares
11 – Pela sinalização de rua
12 – Na Internet
13 – Outra fonte → *Qual? _____*

1.5 – Quais os principais motivos dessa visita? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

- | | |
|--|-------------|
| 1 – Conhecer o museu | 1.SIM 2.NÃO |
| 2 – Rever ou complementar uma visita anterior | 1.SIM 2.NÃO |
| 3 – Pesquisar / estudar algum tema | 1.SIM 2.NÃO |
| <i>Qual? _____</i> | |
| 4 – Interesse pelos assuntos das exposições | 1.SIM 2.NÃO |
| 5 – Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.) | 1.SIM 2.NÃO |
| 6 – Assistir a algum espetáculo (teatro, concerto, cinema, vídeo, etc) | 1.SIM 2.NÃO |
| 7 – Trazer os filhos | 1.SIM 2.NÃO |
| 8 – Acompanhar amigos/outras pessoas | 1.SIM 2.NÃO |
| 9 – Alargar horizontes/conhecer coisas novas | 1.SIM 2.NÃO |
| 10 – Divertir-se | 1.SIM 2.NÃO |
| 11 – Entrada gratuita/baixo valor do ingresso | 1.SIM 2.NÃO |
| 12 – Outro motivo → <i>Qual? _____</i> | |

1.6 – Você está visitando sozinho?

- 1 – sim → *Passe para a questão 1.11*
2 – não

1.7 – Com quantas pessoas você está visitando?

1.8 – Você está visitando o Museu: (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – Com o cônjuge / companheiro(a) ou namorado(a);
2 – Com pai / mãe;
3 – Com um ou mais filhos;
4 – Com outros membros da família;
5 – Com amigos;
6 – Com um grupo organizado (igreja, escola, etc.)
Qual? _____
7 – Outros → *Com quem? _____*

1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

1.9 – Se você visita o museu na companhia de pessoas com idade inferior a 15 anos, informe a faixa etária: (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – De 0 a 6 anos
- 2 – De 7 a 10 anos
- 3 – De 11 a 14 anos

1.10 – Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?

- 1 – Até 30 min
- 2 – Mais de 30 min a 1 hora
- 3 – Mais de 1 a 2 horas
- 4 – Mais de 2 horas

2. Conhecendo sua Opinião sobre o Museu

2.1 – Em relação à visita que você acabou de realizar, você se sente:

- 1 – Muito satisfeito
- 2 – Satisfeito
- 3 – Pouco satisfeito
- 4 – Insatisfeito

2.2 – Como você avalia os nossos SERVIÇOS ? (Marque apenas uma resposta em cada linha)

Serviços	ótimo	bom	regular	ruim	péssimo	não sei
1. Sinalização (orientação de entrada, saída, banheiros...)	1	2	3	4	5	6
2. Conforto (banheiro, guarda-volume, temperatura nas salas, assentos, bebedouros, lanchonete...)	1	2	3	4	5	6
3. Conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos, etc.)	1	2	3	4	5	6
4. Limpeza	1	2	3	4	5	6
5. Iluminação	1	2	3	4	5	6
6. Segurança	1	2	3	4	5	6
7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudios-guias, filmes, etc.)	1	2	3	4	5	6
8. Acolhimento (repcionista, monitor, guarda, guia)	1	2	3	4	5	6
9. Acesso (facilidade de transporte, sinalização nas ruas, facilidade de estacionamento)	1	2	3	4	5	6
10. Horários de funcionamento Alguma sugestão de horário? _____	1	2	3	4	5	6

2.3 – Você acha que vai retornar ao esse Museu?

- 1 – Certamente
- 2 – Provavelmente sim
- 3 – Provavelmente não
- 4 – Não

2.4 – Caso você pense em retornar a este Museu nos próximos 12 meses, com que objetivos retornaria? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

- | | | |
|---|--------|--------|
| 1 – Para rever o que mais interessou | 1. SIM | 2. NÃO |
| 2 – Para completar ou aprofundar a visita de hoje | 1. SIM | 2. NÃO |
| 3 – Para visitar uma nova exposição | 1. SIM | 2. NÃO |
| 4 – Para assistir a um espetáculo, evento ou participar de uma atividade promovida pelo museu | 1. SIM | 2. NÃO |
| 5 – Para estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular | 1. SIM | 2. NÃO |
| 6 – Para mostrar este museu a amigos ou familiares | 1. SIM | 2. NÃO |
| 7 – Para trazer os filhos | 1. SIM | 2. NÃO |
| 8 – Outro motivo → Qual? _____ | | |

2.5 – Que outros temas e assuntos você gostaria de encontrar neste Museu?

3. Conhecendo seus Hábitos de Visita a Museus e Centros Culturais

3.1 – Você visitou outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses ?

1 – Sim → Quais?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2 – Não → Passe para a questão 3.5

3 – Não, é a primeira vez que visito um museu → Passe para a questão 3.5

3.2 – Nos últimos 12 meses, com que frequência você visitou museus ou centros culturais? (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Uma vez
- 2 – Duas ou três vezes
- 3 – Mais de três vezes

3.3 – Você costuma visitar museus e centros culturais: (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – Aos sábados
- 2 – Aos domingos
- 3 – Em outros dias da semana
- 4 – Nos feriados

3.4 – Você costuma visitar museus e centros culturais: (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Pela manhã
- 2 – Na hora do almoço
- 3 – À tarde
- 4 – À noite

3.5 – Na sua opinião, que fatores dificultam a visita a museus e centros culturais? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

- | | | |
|--|--------|--------|
| 1 – Custo do ingresso | 1. SIM | 2. NÃO |
| 2 – Outros custos de uma visita (transporte, alimentação, etc.) | 1. SIM | 2. NÃO |
| 3 – Dificuldade de transporte / acesso | 1. SIM | 2. NÃO |
| 4 – Dificuldade de estacionamento | 1. SIM | 2. NÃO |
| 5 – Violência urbana | 1. SIM | 2. NÃO |
| 6 – Falta de divulgação/informação sobre os museus, exposições, atividades, etc. | 1. SIM | 2. NÃO |
| 7 – Dias e horários de funcionamento | 1. SIM | 2. NÃO |
| 8 – Outro fator → Qual ? _____ | | |

4. Conhecendo Você

4.1 – Sexo:

- 1 – Masculino 2 – Feminino

4.2 – Idade: _____ anos completos

4.3 – Estado Civil / situação conjugal atual:

- 1 – Solteiro(a)
- 2 – Casado(a) / união estável
- 3 – Viúvo(a)
- 4 – Separado(a) / divorciado(a)
- 5 – Outro

4.4 – Escolaridade:

- 1 – Sem instrução escolar
- 2 – Ensino Fundamental incompleto
- 3 – Ensino Fundamental completo
- 4 – Ensino Médio incompleto
- 5 – Ensino Médio completo
- 6 – Ensino Superior incompleto
- 7 – Ensino Superior completo
- 8 – Pós-graduação: _____

4.5 – Com relação à sua cor/raça, como você se considera:

- 1 – Branco
- 2 – Preto
- 3 – Pardo
- 4 – Amarelo
- 5 – Indígena

4.6 – Você exerce alguma atividade remunerada?

- 1 – sim
- 2 – não → Passe para a questão 4.8

4.7 – Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Empregado do setor privado
- 2 – Empregado do setor público
- 3 – Profissional liberal
- 4 – Autônomo / por conta própria
- 5 – Empresário
- 6 – Bolsista / estagiário
- 7 – Outra → Qual? _____

4. Conhecendo Você

4.8 – Se você NÃO exerce atividade remunerada, indique sua situação: *(Marque apenas uma resposta)*

- 1 - Desempregado / procurando trabalho
- 2 - Cuida dos afazeres domésticos
- 3 - Estudante
- 4 - Aposentado / pensionista
- 5 - Outra → Qual?

4.9 – Qual é a sua renda domiciliar mensal? *(Inclua salário, pensões e outros ganhos de todos os que moram em sua casa)*

- 1 - Até 350 reais
- 2 - Mais de 350 a 500 reais
- 3 - Mais de 500 a 1.000 reais
- 4 - Mais de 1.000 a 2.000 reais
- 5 - Mais de 2.000 a 4.000 reais
- 6 - Mais de 4.000 a 6.000 reais
- 7 - Acima de 6.000 reais
- 8 - Não sei informar

4.10 – Onde você mora (residência principal)?

- 1 – Em que bairro? _____

- 2 – Em que município/cidade? _____

- 3 – Em que Estado (unidade da Federação)? _____

- 4 – Em outro País. Qual? _____

Você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Agradecemos a sua colaboração.